دليل بحث جمهور الاذاعة

والتلفزيون

د. رعد جاسم الكعبي
استاذ مناهج البحث
كلية الاعلام – جامعة بغداد
٢٠١٨

ٱ ب ب ٻ

چ ڤ ڤ ڃ ڄ ڇ ڇ ڃ چ

صدق الله العلي العظيم

الزخرف – ٧٨

الإهداء

إلى الذين افتقدهما .. ما طلعت شمس

آبي ... وأمي ...إلى عائلتي .. الحاضرة ... ايام الرخاء والشدة

زوجتي وأطفالي

أهديكم كتابي هذا

المؤلف

الفهرست

المقدمة :

الحمد لله رب العالمين على ما انعم وافاض وسدد واشكره فوق شكر الشاكرين والصلاة والسلام على محمد وعلى اله وصحبه المنتجبين ...

يشكل بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون اليوم فرصة لتحديد حجم الصراع الذي تتقاسمه هذه الوسائل مع مواقع التواصل الاجتماعي من جهة ومن جهة اخرى يحدد لها نقاط القوة والضعف في تواجدها عند الجمهور .

لكن بحثا مثل هذا يقدم مثل هذه التصورات .. يحتاج الى معايير جديدة بعضها تطوير لمعايير قديمة واخرى مستحدثة ..

وربما اعطت المنافسة مع مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة للاذاعة والتلفزيون لمراجعة اشكالها واساليبها وتقانتها .. ولكنها لا تستطيع دون البحث العلمي ان تحدد كيفية المحافظة على جمهورها اولا .. وتوسيعه ثانيا واقناعه بالاستمرار بمتابعتها ثالثا ..

ان جمهور الاذاعة والتلفزيون يحتاج الى دراسات مستمرة ما دامت هذه الوسائل موجودة ومؤشرة عند الجمهور .. وعلى وفق الاحصائيات الدولية هناك (٢٥) الف محطة اذاعية في الولايات المتحدة وحدها (١٠) الاف محطة .. في العراق وحده .

هناك (٥١) محطة اذاعية مسجلة لدى هيئة الاتصالات فيما هناك (٨٤) محطة فضائية وفي كردستان وحدها هنالك (٩٠) مؤسسة اعلامية ..

ان تحديد مدى صلاحية الشروط الواجب توفرها في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون يقدم فرصة للحديث في موضوع قديم جديد كما انه يقدم تصورات جديدة

عن قضـايا منهجيـة لـم يتطـرق لهـا الكثيـرون وفـق قنـاعتي المتواضـعة .. اشـكر كـل الذين كانت لديهم ايادي بيضاء .. لاخراج هذا الكتاب ...

الاستاذ المساعد

د. رعد جاسم الكعبي

بغداد/ كانون الثاني/٢٠١٨

بحث الجمهور

مفهومه وخصائصه

بحث الجمهور : يعرف بأنه تنفيذ اجراءات علمية على وفق منهج ملائم لظاهرة تتعلق بجمهور ما ..

والمقصود بالإجراءات هنا خطوات علمية معتمدة ما ومتفق على صلاحيتها . اما المنهج الملائم فهو ما يحقق وحدة دراسة المتغيرات، أي تحويلها الى نتائج باستخدام ادوات توافق المنهج والظاهرة وجمهورها أي المجتمع البحثي الخاضع للاجراءات والمتضمن للظاهرة الخاضعة للدراسة . وهذه بمجملها تمثل خصائص بحث الجمهور، ويمكن تلخيصها بالاتي :

١- وجود ظاهرة بحثية مجتمعية .

٢- اجراءات علمية على مجتمع الظاهرة .

٣- مجتمع الظاهرة .

وهنا ينبغي الالتفات الى انه هناك :

١- جمهور الظاهرة .

٢- مجتمع الظاهرة .

الأول هو جزء من الظاهرة، لكنه لا يتاثر بها كليا، بحيث يكون متفاعلا معها، اما الثاني فهو الذي يتاثر بها ويؤثر فيها، .. ولو افترضنا ان هناك ظاهرة تتعلق بالتعرض للإذاعة مثلا .. يمكن ان نعبر عن الذين يشاهدون (احيانا او بالصدفة) هم يمثلون جمهور الظاهرة، اما الذين يتاثرون ويستمعون ويتابعون ويتصلون بالاذاعة دائما او غالبا، يمثلون مجتمع الظاهرة، وهؤلاء فقط يجب دراستهم وتطبيق

فروض النظرية عليهم، ويظهر ذلك باستخدام الدراسة الاستطلاعية التي توضح لنا الفرق بين جمهور الظاهرة ومجتمع الظاهرة الذي ندرسه ونترك الاول .

*** جمهور الاذاعة والتلفزيون :**

لو فرضنا ان جميع الذين يشاهدون او يتوخون وسائل الإعلام جمهور وسائل الإعلام ، فهل نستطيع ان نميز جمهور الإذاعة والتلفزيون من غيره ؟

هنالك طرح علمي محترم في بعض النظريات يتمثل في كون المعرفة التي تبنى على أساس متابعة وسيلة يعتد به للتأثير في أي شيء . وعندها فقط لو سلمنا بذلك فان الجمهور الذي يشاهد وسائل الإعلام كلها، لا يعد جمهورا لها جميعها .. بمعنى أن من يؤثر ويثبت تأثيره من الوسائل يعد المتأثر به جمهوره فقط عند ذلك .. نستطيع القول إن جمهور الإذاعة والتلفزيون هو الذي يتأثر بالإذاعة والتلفزيون فقط حتى وان شاهد غير هذه الوسائل ..

وللدقة اكثر فاننا يجب ان نحدد معنى التاثير ومعنى المتاثر ومعنى الوسيلة المؤثرة .. التاثير هنا عملية فيها :

أ- طرف متاثر .

ب- طرف مؤثر .

ت- الية للتاثير .

ث- مضمون مؤثر .

الطرف المتاثر لديه الاستعداد والقابلية وقياسهما يحتاج الى مؤثرات توضع في استمارة استطلاعية .. الاستعداد هنا معناه ان لديه الامكانية والرغبة اما القابلية

فمعناها المؤهلات، والفرق واضح بين الامكانية والمؤهل، فبالامكانية يمكن الربط بقدرات الشخصية، أما المؤهل فيعتمد على قدرات شخصية وعلمية واحيانا مهنية ..

اما الطرف المؤثر .. فمعناه وجود قصد ووجود قدرات .. ، لكن في بحث عن الجمهور وكيفة معرفة قصد الطرف المؤثر، وهو القائم بالاتصال ؟

نعرف ذلك اما عن طريق مؤشرات في المضمون بدراسة تحليلية مبدئية، او باستمارة استطلاعية اولية له . وفيما يخص آلية التأثير، فالمقصود بها ان هناك مجموعة من الطرائق والاساليب المستخدمة لتحقيق التاثير .. وهذا يتم معرفته اما عن طريق مؤثرات غير مباشرة .. او عن طريق استمارة لمجتمع الظاهرة .

السؤال هنا كيف يتاكد الباحث من ان المؤشرات غير المباشرة التي اعتمدها يمكن ان تحقق معرفة بالطرائق والاساليب المستخدمة لتحقيق التاثير ؟

هنا يستطيع الباحث ان يجمع هذه المؤثرات مع امثلة ويقارنها بالطرائق والأساليب على ان يعرضها على خبراء في الاختصاص الدقيق، لمعرفة مدى صحتها وعليه ان ياخذ المتفق عليها اما المختلف عليها فعليه مراجعتها وتعديلها او تعديل الامثلة؟ حتى يوافق عليها الخبراء، ولا يترك الامر الى اتفاق الأغلبية؛ لانه سيعتمد عليها لاحقا كمؤشرات للقياس النهائي .

الشيء الأخير مضمون التأثير .. المضمون مرة يتضمن المعلومة ومرة يتضمن الفكرة ومرة يتضمن الراي .. وهناك اوضاع مختلفة لقياس كل منها ..

ان المعلومة تمتلك صفة الإجماع، بمعنى ان الاتفاق عليها وقياسها يجب أن يتضمن ذلك، بمعنى اننا يجب ان نتوصل الى قناعة بان هذه المعلومة متفق لكن كيف يتم ذلك ؟

يجب هنا ان نتحقق من ان هذه المعلومة نقلت عن طريق اكثر من وسيلة وبالمضمون ذاته .. اما فيما يخص الفكرة .. ينبغي هنا الاخذ بمجمل الفكرة دون الاعتناء بالاسلوب؛ لانه يخضع لكل وسيلة وهو مختلف بالتاكيد .. اما الراي فهو وجهة نظر الموضوع.

- ماذا يفعل الباحث ؟

- عليه ان ياخذ انموذجات يعتد بها ويضعها ضمن دراسة مؤشرات غير مباشرة ودراسة استطلاعية اولية لبيان ذلك كله .. وعندها سيكتشف المتاثر بالاذاعة والتلفزيون، يخضعه للدراسة ويطبق فروض النظرية عليه ويستبعد غير المتاثر ... ان الدراسة الاستطلاعية وحدها تفصل بين جمهور الظاهرة ومجتمع الظاهرة، والمجتمع المتاثر وغير المتأثر .. وعندها لا ينجز الباحث الدراسة على وفق ما ذكرنا، ولا يستطيع ان يحدد مجتمعه بدقة .. فتظهر له نسبة (صفر) في بعض الجداول او تغييب فئات مهمة في الجداول ؛ مما تجعله يحتار في كيفية تفسير اسباب غيابها .

*** جمهور الاذاعة والتلفزيون**

بالتاكيد هنالك فرق بين جمهور الاذاعة والتلفزيون، لكن في البحث العلمي يمكن التمييز بينهما كمبحوثين. وليس كأفراد مجتمع ؟ وفي الغالب هناك اختلاف في :

١- توصيفهم لكل وسيلة .

٢- الادوات المستخدمة لدراسة كل منهم .

٣- الظواهر الاعلامية الخاضعة للدراسة .

٤- مفاهيم البحث لكل منهما .

عندما نقول هذا جمهور اذاعة فهو يجب ان يكون متاثرا بالاذاعة اكثر من غيرها من الوسائل الاعلامية .. بمعنى انه مهتم اكثر بها .. وفي الدراسة الاستطلاعية يستطيع ان يحدد ترددات الاذاعات واسمائها وبرامجها وتوقيتاتها اكثر من غيره .. اما الوسائل فهو لا يملك اية معلومات وان كانت متواضعة عن الفضائيات. مثلا، او الصحف قياسا بغيره ممن يمتلكون معلومات واسعة عن الفضائيات ..

أما فيما يخص الادوات المستخدمة في بحث الاذاعة يجب ان تتضمن كل الاجراءات مثل اسئلة مشكلة البحث والتوصيات اشارات تتعلق (بالاستماع) .. وهنا يمكن ملاحظة ان هنالك (سماع) و (استماع) والسماع يتعلق بجمهور الاذاعة وجمهور باقي الوسائل، اما الاستماع فيتعلق بجمهور الاذاعة وحده .. ويمكن اكتشاف الفرق لدى الجمهور بتضمين الدراسة الاستطلاعية مؤشرات عن (الاستماع)...

ولقياس مدى تطبيق هذا الشيء على الباحث أن يربط نسبة وجود (الاستماع) بالنتائج بعد تحويله الى مؤشرات وقياسها الى نسبة النتائج وعندها سيعرف مئويا القرب او البعد عن بحث الاذاعة غيره وكلما كانت النسبة المئوية قليلة كانت نسبة اشتراك باقي الوسائل متداخلة في بحثه عن الاذاعة وعندها لا يعد هذا البحث بحث اذاعة ..

الظواهر الاذاعية تختلف عن الظواهر التلفزيونية .. ليس في المضامين وحدها ولكن في ادوات القياس، من ناحية البناء والوظيفة والاهداف .. والمعيار هنا هو لو طبقت اداة مستخدمة في بحث اذاعة في بحث للتلفزيون وحولت المتغيرات الى نتائج فانها غير صالحة للاثنين؛ لانها تفتقد الى شرط الملاءمة لاحدهما فقط .

وهنا يطرح سؤال مهم ، هو كيف نتحقق من ان المعلومات التي ادلى بها المبحوثون من جراء تعرضهم للاذاعة والتلفزيون وحدهما ؟

نحن لدينا ظاهرة مبحوثة وهذه الظاهرة لها تفاصيل معينة خاصة بالاذاعة والتلفزيون في الدراسة الاستطلاعية لضمان :

١- ان الجمهور يتابع هاتين الوسيلتين .

٢- انه سيجيب عن طريق متابعته فقط .

أي لانختار قضايا متداخلة بين الاذاعة والتلفزيون وغيرها من الوسائل او بالأدوات النهائية نركز على قضايا طرحته الاذاعة او التلفزيون وحدهما اما باساليبهما او افكارهما او معلوماتهما ..

* النظريات وبحث جمهور الاذاعة والتلفزيون .

قد يقوم بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون على فروض نظرية وذلك يعني ان هنالك علاقة ارتباطية يتم التحقق منها على وفق الفروض الشروط الاتية :

١- اختيار نظرية ملائمة .

٢- استخراج فروض نظرية .

٣- التحقق من وجود الفروض في مجتمع البحث .

٤- تطبيق فروض النظرية بتحويلها الى فروض بحث .

٥- اختيار وسائل احصائية للتحقق من الفروض .

٦- التأكد من ان الإجراءات جميعها كانت صحيحة .

وينبغي ان نلحظ ان بعض النظريات جاءت من الصحافة فاستخدامها في الاذاعة والتلفزيون يحتاج الى تكييفها، وهذا التكييف يعني ان فروضها قابلة للاستخدام في الاذاعة والتلفزيون، وعندها نحتاج الى خبراء مختصين؛ لمعرفة فيما لو كان التكييف صحيحا ام لا .. قبل الاستخدام .

هنالك قضية مهمة تتعلق باجابات الجمهور حول " دائما ، غالبا، احيانا، نادرا " والجمهور لا يفرق بينها بالدرجة التي نعتقد ومن ثم لا يصبح القياس هنا كمي، وانما نحتاج الى تدرج في بناء درجات تحولها الى المفاهيم التي ذكرناها ..

وهناك تساؤل مهمة يجب التأكد منها ، وهي كالاتي :

١- هل المبحوث فهم السؤال .

٢- هل المبحوث اجاب بصدق .

وعلى الباحث ان يوجد وسائل وطرائق للتاكد من ذلك، ومنها ان يطرح سؤال مقترح، وبعد مدة يحول الاجابة الى سؤال مغلق، وعندها اذا تكررت اجابة المبحوث يعني انه اجاب بصدق وانه فهم السؤال ..

ويجب ان تؤدي صياغة سؤال الاستبانة الى اجابات ذات جانب مرئي .. كي نتيقن من ان الأداة تحقق طبيعة الوسيلة وهي وحدها تكون ملائمة لها .

تشير الخيارات في صياغة السؤال الى حقيقة حصلت لدى المبحوث وأحيانا تؤكد الحقيقة ان هنالك فرق في الصياغة وفرق في الاجابة فالثانية تستخدم في دراسة التأثير، اما الأولى فتستخدم لمعرفة وجود الظاهرة فيما تستخدم الثانية لدراسة حجم الظاهرة ،. اي ان عبارات التأكيد تستخدم لدراسة حجم الظاهرة وليس لوجود الظاهرة..

ويجب الانتباه إلى الإجابة عن السؤال مرة والتي تخبر عن حقيقة ومرة أخرى تخبر عن راي .. وفي المرة الاولى نشير الى الآتي :

١- واقعة عاشها المبحوث .

٢- واقعة سمع بها .

٣- واقعة يحتمل وقوعها .

تكون الإجابة الأولى من باب الحدوث اما الثالثة فتكون من باب التمني وهنا لا يعتد باجابة المبحوث؛ لانه يجب ان يصاغ السؤال بطريقة تكون الاجابة عنه بمثابة راي لا واقعة .. والأولى بالرأي ان نستخدم " اعجبني ، افضله ، ملائم " اما في الوقائع نستخدم " اقنعني ، اعتقده ، موافق ، ملائم " .

هنا توجد ملحوظة مهمة .. احيانا نستخدم " موافق وملائم " لكن الموافقة من المبحوث على سؤال او عبارة غير ملائمة هي اتفاق مع الاخرين على شيء معين، لكن اشعر بانه غير ملائم ولذلك الاتفاق يكون مع اسئلة الوقائع على ان تكون ملائمة مع اسئلة الراي .. وهنا على الصياغة ان تتفق مع المطلوب من الاجابة . كما ان المطلوب هنا ان يكون التفضيل والملائمة درجات، بينما الاتفاق لا يكون كذلك .. فانت اما ان تتفق او لا ..

هنالك ملحوظة اخرى فيما يخص مفاهيم " علاقة ، انعكاس ، تاثير ، اثر ، وظيفة ، توظيف ، ارتباط " يجب ان نلتزم بالاتي :

١- معرفة هذه المفاهيم .

٢- استخراج مؤشرات من التعاريف .

٣- تحول هذه المؤشرات الى اسئلة او عبارات .

* والسؤال هنا كيف نتاكد من ان تحويل هذه المفاهيم الى اسئلة وعبارات كان صحيحا ؟

ولمعرفة الإجابة عن هذا السؤال ، هناك طريقتان ، هما:

١- ان نضع إجابات افتراضية للعبارات، او الأسئلة فاذا حققت فهما المتغيرات في العنوان كان التحويل صحيحا .

٢- الطريقة الثانية : ناخذ تعريف للمفهوم الموجود في العنوان ، ومن ثم نضع تعريفات لمفاهيم اخرى، ونبدا بعرض الأسئلة والعبارات على جميعها المفاهيم، فاذا تطابقت بالكامل مع المفهوم الرئيس في العنوان ، عندها تكون وضعت بشكل صحيح وبعكسه اذا حققت مفاهيم اخرى فهذا يعني ان الاداة المستخدمة مشتتة ولا تحقق اهداف البحث، وهنا يستطيع الباحث من تحديد نسبة التشتت ومعالجة الاسئلة ..

والسؤال هنا كيف يتحقق الباحث من تطابق الاسئلة مع المفهوم وذلك يتم بعرض هذه الالية على خبراء وتقسيم الاسئلة على المفاهيم لتحديد ملاءمة كل سؤال لمفهوم معين وبهذه الطريقة نستطيع الاستغناء عن الصدق الظاهري بالعودة الى الخبراء اولا .. والسؤال هنا كيف يختار التعريف الملائم للبحث ؟

من الطبيعي ان التعريف الملائم يعني تحقيق اهداف البحث فاختيار الباحث لمجموعة من التعريفات التي لو تمكن من تحقيق احداها لما احتاج الى تعريف اجرائي، وبعكسه فان الباحث ملزم بوضع تعريف اجرائي ..

والسؤال هنا لو حقق تعريفان للاهداف ؟

من يحقق اكثر من هدف ويعتمد .. فان البحث يتضمن اكثر من متغير يجب ان يكون اكثر من نصف النتائج على المتغير الرئيسي ويتم التعرف اليه بطريقة معينة فيما لو رفعنا المتعلق به من الأسئلة والأهداف والجداول التي تصبح اقل من النصف..

هناك قضية مهمة .. في تطبيق النظريات ..

هناك ظاهرة فيد الدراسة فيها مؤشرات .. ولدينا مجتمع بحث له آراء وسلوك اتصالي معين ولدينا نظرية فيها فروض .. مقدمات .. وآليات ونتائج .، وعليه كيف يمكن الملاءمة بينهم؟

الدراسة الاستطلاعية توفر فرصة لـ :

١- معرفة التفاصيل التي ذكرناها .

٢- إمكانية الملائمة بينها .

٣- تحديد مؤشرات لإيجاد مسار للعلاقة بين الأطراف التي ذكرنا .

وبدون الدراسة الاستطلاعية لا يتحقق ذلك .. وعلى الباحث ان يحقق من الدراسة الاستطلاعية جداول اولية توضح مسار البحث الاولي ..

الجداول في البحث ليست شرطا من شروط الاجراءات، ولكنها مؤشر لهذه الاجراءات فهي :

١- توضح الفئات المعدة للتحليل .

٢- موقف مجتمع البحث من مؤشرات الظاهرة .

٣- ايضاح مدى صحة الاداة المستخدمة في البحث .

والجداول التي توضح الاداة حقيقية يمكنها ان تعكس اسئلة البحث من جهة وتؤدي الى النتائج من جهة اخرى .. وهنا يمكن التحقق من صحة الجداول فيما اذا عبرت عن المفاهيم الواردة في عنوان البحث " المتغيرات " بمعزل عن باقي الاجراءات فهي :

١- تؤكد صحة الاداة .

٢- صحة الاجراءات البحثية .

وعلى الباحث ان يرتب الجداول وفقا لاهداف البحث وليس وفقا لورودها في استمارة الاستبانة او المقياس .. وعندما تواجهه عددا من الاستمارات غير المجابة عنها يجب عليه ان يحسب النسبة في السؤال على عدد الاجابات وليس على العدد الكلي للعينة وعليه يجب ان يشير الى ذلك للايضاح .. وهو امر يعود للعينة المدروسة ..

وفي الدراسة الاستطلاعية يكشف لنا عن الذين تتوافر لديه الظاهرة او الذين لا تتوافر لديهم الظاهرة فينبغي استبعادهم من البحث وعندما تظهر فئة (صفر) يعني هذا ان الظاهرة المدروسة غير موجودة لدى العينة .. كما ان الذين تكون متابعتهم احيانا او نادرا تكون مشاهدتهم للتلفزيون او استماعهم للمذياع غير منتج فيجري استبعادهم من عينة الدراسة النهائية؛ لاننا في البحث نؤمن بوجود نوعين من المشاهدة :

١- مشاهدة منتجة .

٢- مشاهدة غير منتجة .

والاولى يعتد بها للبحث عند تطبيق النظرية اما الثانية فلا يعتد بها .. ولا يجوز ادخالهم في الدراسة النهائية .. وكي نضمن ان بناء الاداة كان صحيحا يجب ان تكون غالبية الفقرات المقتبسة في الاطار النظري ضمن الاختصاص الدقيق لها علاقة صحيحة بالمتغير الرئيس في العنوان والمعيار الحقيقي وهنا لو رفعنا هذه الفقرة او اية فقرة اخرى فان الاداة المستخدمة يصبح فيها خللا ويحدث خلل في النتائج فالاقتباس هنا يؤدي الى مؤشر في الاداة (سؤال او عبارة) ويؤدي الى جدول او جزء من جدول، ومن ثم الى نتيجة ..

العينات في بحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون

قد يكون من المهم هنا ان نحدد الآتي:

١- من نختار .

٢- كم نختار .

٣- كيف نختار .

والاول يتعلق بجنس او مهنة او فئة من نجرب عليهم الدراسة والثاني حجم الذين ندرسهم مرة قياسا للمجتمع ومرة قياسا لغيرهم والثالث بكيفية الاختيار ..

وهنا يجب ان نختار عينة طبقية عند البحث عن وجود الظاهرة وحجمها وايضا يجب ان نختار على وفق الدراسة الاستطلاعية (عينة قصدية) عند تطبيق نظرية .

ويمكن الاستعانة بالاحصائيات المعتمدة وعندها تكون عينة طبقية نسبية او عينة طبقية غير نسبية على الا تعمم النتائج، وعند اختيار أي من العينات العشوائية يجب ان نحدد حجم الخطا في العينة وكيفية الاختيار .

وهناك طريقة تستخدم في علم الاجتماع تسمى طريقة " كيش " تتم بتوزيع استمارات الى افراد الاسرة جميعهم وتؤشر الاستمارات بالحروف ومن ثم تسترجعها، وتعتمد على جدول معد مسبقا، وبموجبه يمكن تحديد من تعتمد استمارته ومن لا تعتمد فاذا كان العدد ٤ واشير الى الاستمارة بـ (هـ) فان الشخص المناسب صاحب رتبة (١) وتقوم الفكرة بوضع حرف على الاستمارات وتوزيعها للعائلة، ومن ثم نحدد من الجدول عدد افراد الاسرة وبالحرف المحدد نختار المرتبة قبالة الحرف المحدد فيدخل في العينة .

عدد افراد الاسرة	رتبة الشخص المستجوب							
	أ	ب	ج	د	هـ	و	ز	ح
١	١	١	١	١	١	١	١	١
٢	١	٢	٢	١	١	٢	٢	١
٣	٢	٣	٣	١	١	٣	٢	١
٤	٢	٣	٤	١	١	٤	٣	٢
٥	٣	٣	٥	٢	١	٥	٤	٢
٦ او اكثر	٣	٥	٦	٢	١	٥	٤	٢

وفي بحوث معتمدة يجب ان تعتمد معادلة لقياس خطا العينة وهي :

$$e.T(II) = \pm\sqrt{\frac{II(1-II)}{n}}$$

إذ II يمثل النسبة الحقيقية

n هي حجم العينة

و e. T (II) هو الفرق الانموذجي لتوزيع تصنيف العينة للثابتة II .

وفيما يخص حجم العينة وعلى الرغم من تاكيدات المختصين في الاحصاء الا ان المهم هو دقة اختيار العينة ووجود المتغيرات في مجتمع البحث جميعها وبالتمثيل ذاته الا ان هنالك معادلات عدة معتمدة لاستخراج حجم العينة .. منها :

تقرير حجم العينة عن طريق استخدام مستويات الثقة * وفق المعادلة :

$$ن = \left(ز \times \overline{\frac{ب\,(أ - ب)}{ي}} \right)^{٢}$$

إذ ان ن = حجم العينة ، ز = قيمة معيار (Z) المستوى التقدير المطلوب

ب = نسبة وجود الظاهرة ، (أ – ب) = نسبة عدم وجود الظاهرة

ي = حد الثقة المرغوب الوصول اليه او نسبة الخطا المسموح به .

وهنا يتم توزيع استمارة اولية لمعرفة وجود الظاهرة، وعند الاسترجاع نقسم من توجد فيه الظاهرة على المجتمع باكمله .. كما ان نسبة الخطا يفصل ان تكون ٥% وحد الثقة المرغوب فيها = ٠,٥ فتكون قيمة (Z) المناظرة ١,٩٦ وعندها يظهر لنا الرقم المحدد للعينة الذي لا يجوز ان نختار منه عينة اقل ..

وهناك معادلة اخرى :

$$n = \frac{Z^2}{\propto ٢ + \frac{2Z^2}{n}}$$

* أ. د. ناصر عبدالله الصالح و أ. د. محمد محمود : الجغرافيا الكمية والاحصائية ، اسس وتطبيقات بالاساليب الحاسوبية الحديثة ، مكة المكرمة ، مكتبة العبيكان ، ط٢ ، ٢٠٠٠ ، ص٣١٥ – ٣١٦ .

إذ ان n = حجم العينة المستخرجة ، Z = قيمة جدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) والبالغة ، ١,٩ .

$\propto$ = مستوى الخطا (ويتم تحديده من قبل الباحث) ويصل احيانا (٩%)

N = حجم المجتمع

وعندما تكون لدينا مستويات عدة نطبق العينة العشوائية متعددة المراحل على وفق الآتي :

$$n1 = \left(\frac{N_1}{N}\right) \times n$$

إذ ان n1 = حجم العينة المستخرجة ، N1 = حجم المجتمع

وهناك معادلة اخرى :

$$N = \left(\frac{Z}{e}\right)^2 (P)(1 - P)$$

حيث N = حجم العينة ، (Z) = قيم معامل الثقة وتحدد في ضوء مستوى الثقة المعمول به في الدراسة و (e) = نسبة الخطا المسموح به في العينة و (P) النسبة التقديرية للمتغيرات .

وعند اعتماد (e) = ٠,٠٥ فان (Z) تساوي ١,٩٦

ويمكن ان تعتمد (P) على وفق نسبة اتفاق الخبراء على صلاحية الاستبيان او المقياس نسبة الصدق الظاهري .

وهناك معادلة اخرى لقياس الخطا في العينة [*] ، لان هناك مستوى ثقة هو درجة يقين (نسبة مئوية) بان نتائج الدراسة تقع ضمن مدة من القيم والمستويات المثالية

---

[*] روجر ديمر وجوزيف دومينيك : مدخل اللا مناهج البحث الاعلامي : ترجمة : صالح ابو اصبع وفاروق منصور ، بيروت ، المنظمة العربية للترجمة ، ٢٠١٣ ، ص١٩٦ – ١٩٨ .

للثقة هي ٩٥% و ٩٩% في حين ان مدة الثقة (هامش الخطا او خطا التعيين / اختيار العينة) هو زائد او ناقص نسبة بالمئة أي هي المدى داخل مستوى الثقة وعلى سبيل المثال اذا استخدمت نسبة ٥% كمرحلة ثقة واعطت ٥٠% من العينة جوابا معينا عن احد الأسئلة فان النتيجة الفعلية لذلك (السؤال تقع بين ٤٥% و٥٥% (٥٠ ± ٥)

وتقوم المعادلة على الاتي :

$$se\ (p) = \sqrt{\frac{P\ (100 - P)}{N}} \times Z$$

ولنفترض بان عينة عشوائية ٥٠٠ اسرة تعطينا تقديرا (او تقدير النسبة المئوية للمشاهدين) في ٢٠ لغرض محدد . فهذا يعني بان ٢٠% من تلك الاسر التي كانت تشاهد القناة في ذلك الوقت وعلى مستوى ثقة ٩٥% والتي لها قيمة مصاحبة Z هي ١,٩٦ فان المعادلة التي يمكن استخدامها في حساب خطا العينة لنسبة المشاهدة هي:

$$\% \pm ٣,٥ = se\ (P) = \frac{٢٠\ (٨٠)}{٥٠٠} \times ١,٩٦$$

وهناك معادلة روبرت ماسون

$$n = \frac{M}{[(s^2 x\ (m\text{-}1) + p\ q] + 1}$$

M = حجم المجمع

S = الدرجة المعيارية لمستوى الدلالة (٠,٩٥) أي قسمة نسبة الخطأ ٠.٠٥ على ١,٩٦ .

P = نسبة توافر الخاصية وهي ٠,٤٥٠

q = النسبة المتبقية من الخاصية وهي ٠,٥٠

وحتى نستخرج نسبة كل طبقة نطبق

$$\frac{\text{العينة المراد استخراجها} \times \text{عدد الطبقة}}{\text{المجموع الكلي للطبقات}}$$

وهناك معادلة اخرى لمعرفة حجم العينة :

$$n = \frac{Z^2 S^2}{d^2}$$

n = حجم العينة

S^2 = تباين مجتمع البحث

Z^2 = مستوى الثقة (٩٥%) = (١,٩٦) = ٣,٨١٤

d^2 =الفرق بين المتوسط الحسابي لمجتمع الدراسة والمتوسط الحسابي للعينة مثلا = (٠,١٥) = ٠,٠٢٢٥

ويستخرج تباين المجتمع باجراء دراسة على عينة مكونة من (٦٠) مفردة مثلا بتوجيه سؤال واحد لهم يتعلق بموضوع البحث وحسابه او بالاعتماد على نتائج مسوحات سابقة ..

واحيانا نطبق معادلة اخرى :

العينة المطلوبة = $\frac{\text{مجتمع البحث} \times \text{النسبة المطلوبة}}{١٠٠}$

فلو كانت لدينا ٩٠ نشرة ونريد نسبة ٣٣% منها = $\frac{٩٠ \times ٣٣}{١٠٠}$ = ٢٩,٧

ولكن هناك من يعتمد الجداول المعتمدة لاستخراج حجم العينة دون العودة الى المعادلات .. ومنها هذا الجدول الذي يوضح حجم العينة عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ولغاية (١,٠١) *.

---

* الجدول منقول من سعود بن ضحيان : دليل اختيار العينة ، القاهرة ، التقانة المصرية للطباعة والتوزيع والنشر ، ١٤٢٠ ، نقلا عن :

أ. د. ايمان حسين الطائي ، كيف نحدد حجم العينة ، جامعة بغداد ، كلية التربية الرياضية ، الجادرية ، فرع العلوم النظرية : بحث منشور في الانترنت .

حجم الدراسة	حجم العينة عند مستوى دلالة				
	٠,٠٥	٠,٠٤	٠,٣	٠,٢	٠,٠١
٢٠٠	١٣٢	١٥٠	١٦٨	١٨٥	١٩٦
٣٠٠	١٦٨	٢٠٠	٢٣٤	٢٧٦	٢٩١
٤٠٠	١٩٦	٢٤٠	٢٩١	٣٤٣	٣٨٤
٥٠٠	٢١٧	٢٧٣	٣٤٠	٤١٤	٤٧٥
٦٠٠	٢٣٤	٣٠٠	٣٨٤	٤٨٠	٥٦٥
٧٠٠	٢٤٨	٣٢٣	٤٢٣	٥٤٢	٦٥٢
٨٠٠	٢٦٠	٣٤٣	٤٥٧	٦٠٠	٧٣٨
٩٠٠	٢٦٩	٣٦٠	٤٨٨	٦٥٥	٨٢٣
١٠٠٠	٢٧٨	٣٧٥	٥١٦	٧٠٦	٩٠٦
٢٠٠٠	٣٢٢	٤٦٢	٦٩٦	١٠٩١	١٦٥٥
٣٠٠٠	٣٤١	٥٠٠	٧٨٧	١٣٣٤	٢٢٨٦
٤٠٠٠	٣٥٠	٥٢٢	٨٤٢	١٥٠٠	٢٨٢٤
٥٠٠٠	٣٥٧	٥٣٦	٨٧٩	١٩٢٢	٣٢٨٨
٦٠٠٠	٣٦١	٥٤٦	٩٠٦	١٧١٥	٣٦٩٣
٧٠٠٠	٣٦٤	٥٥٣	٩٢٦	١٧٨٨	٤٠٤٩
٨٠٠٠	٣٦٧	٥٥٨	٩٤٢	١٨٤٧	٤٣٦٤
٩٠٠٠	٣٦٨	٥٦٣	٩٥٤	١٨٩٥	٤٦٤٦
١٠٠٠٠	٣٧٠	٥٦٦	٩٦٤	١٩٣٦	٤٨٩٩

جدول (Krejcie & Morgan) [1] : جدول يبين حجم العينة المطلوب بمستوى دلالة (٠,٩٥) ونسبة خطا (٠,٠٥)

العينة	المجتمع	العينة	المجتمع
١٤٠	٢٢٠	١٠	١٠
١٤٤	٢٣٠	١٤	١٥
١٤٨	٢٤٠	١٩	٢٠
١٥٢	٢٥٠	٢٤	٢٥
١٥٥	٢٦٠	٢٨	٣٠
١٥٩	٢٧٠	٣٢	٣٥
١٦٢	٢٨٠	٣٦	٤٠
١٦٥	٢٩٠	٤٠	٤٥
١٦٩	٣٠٠	٤٤	٥٠
١٧٥	٣٢٠	٤٨	٥٥
١٨١	٣٤٠	٥٢	٦٠
١٨٦	٣٦٠	٥٦	٦٥
١٩١	٣٨٠	٥٩	٧٠
١٩٦	٤٠٠	٦٣	٧٥
٢٠١	٤٢٠	٦٦	٨٠
٢٠٥	٤٤٠	٧٠	٨٥
٢١٠	٤٦٠	٧٣	٩٠
٢١٤	٤٨٠	٧٦	٩٥
٢١٧	٥٠٠	٨٠	١٠٠
٢٢٦	٥٥٠	٨٦	١١٠
٢٣٤	٦٠٠	٩٢	١٢٠
٢٤٢	٦٥٠	٩٧	١٣٠
٢٤٨	٧٠٠	١٠٣	١٤٠
٢٥٤	٧٥٠	١١٣	١٦٠
٢٦٠	٨٠٠	١١٣	١٦٠
٢٦٥	٨٥٠	١١٨	١٧٠
١٦٩	٩٠٠	١٢٣	١٨٠
٢٧٤	٩٥٠	١٢٧	١٩٠
١٧٨	١٠٠٠	١٣٢	٢٠٠
١٨٥	١١٠٠	١٣٦	٢١٠

Kreijcie & Morgan in their 1970 article " Determining Sample Size for Research Activities " (Educational and Psychological Measurement , # 30 , pp. 607 – 610) .

([1]) الجدول منقول من أ. د. ايمان حسين الطائي ، مصدر سبق ذكره .

واحيانا تستخدم معادلة اخرى لمعرفة نسبة الخطا في حجم العينة *

$$\text{خطا العينة} = Z \times \sqrt{\frac{\text{ف} (١ - \text{ف})}{\text{ن}}}$$

حيث ان Z = القيمة المعيارية لدى مستوى ثقة معين وهي في احوال الابحاث جميعها تاخذ احد رقمين هما :

Z = ١,٩٦ عند مستوى ثقة ٠.٠٥ او مستوى ثقة ٩٥%

Z = ٢,٥٨ عند مستوى دلالة ٠,٠١ او مستوى ثقة ٩٥%

ف = هي درجة الاختلاف بين مفردات المجتمع الاحصائي وقد اصطلح العلماء على وضعها بقيمة ثابتة أي ان قيم ف = ٠,٥ دائما .

وقد يحتاج الباحث احيانا الى ايجاد علاقات بين بعض مواصفات العينة في محاولة لايجاد ترابط ما بين سلوك اتصالي واخر، او اراء واخرى .. وهنا يستطيع ان يستخدم عددا من المعاملات للتاكد من وجود الترابط المقصود فهناك **:

١- معامل الاقتران .

٢- معامل فاي .

٣- معامل التوافق .

والاول يستخدم عندما يكون المتغيران المراد قياس الارتباط بينهما صفات والجدول المزدوج الذي يمثل العلاقة بينهم مكون من (٤) خلايا فقط دون خلايا المجموع على وفق القانون :

---

* د . مهدي محمد القصاص : الاحصاء والقياس الاجتماعي ، العراق ، دار نيبور للطباعة والنشر والتوزيع ، ٢٠١٤ ، ص٩٨ .

** المصدر السابق ، ص٢٥٣ – ٢٥٧ .

معامل الاقتران : $\frac{أ \times د - ب \times ج}{أ \times د + ب \times ج}$

ب	أ
د	ج

اما معامل فأي فيستخدم لحساب معامل الارتباط عندما يكون المتغيران المراد قياس الارتباط بينهما صفات ايضا والجدول المزدوج الذي يمثل العلاقة بينهما مكون من (٤) خلايا فقط دون خلايا المجموع نستخدم القانون :

معامل فاي = $\frac{أ \times د - ب \times ج}{\sqrt{هـ \times و \times ز \times ح}}$

المجموع	اناث	ذكور	النوع / الفكرة
ح	ب	أ	مؤيد
ز	د	ج	معارض
ن	و	هـ	المجموع

ويستخدم فاي لجميع الخلايا او نريد الحصول على القيمة الأقل لمعامل الارتباط او الادق وبخلافه نستخدم معامل الاقتران .

اما معامل التوافق فيستخدم لحساب قيمة معامل الارتباط عندما يكون المتغيران المراد قياس الارتباط بينهما صفات ايضا والجدول المزدوج الذي يمثل العلاقة بينهم يزيد عدد خلاياه عن (٤) خلايا دون خلايا المجموع ونستخدم القانون :

معامل التوافق = $\sqrt{\frac{جـ - ١}{جـ}}$

حيث ان تحسب جـ = مج $\frac{مربع الخلية}{مجموع صف الخلية \times مجموع عمود الخلية}$

والمثال الاتي للجدول يوضح القانون [*]

التدخين	يدخن	لايدخن	مج
مشاهدة البرامج			
دائما يشاهد برامج	٦٢	١١٦	١٧٨
غالبا يشاهد برامج	١٧	١٧٦	١٩٣
احيانا يشاهد برامج	٥	٧٣	٧٨
لايشاهد برامج	٣	٢٠	٢٣
مج	٨٧	٣٨٥	٤٧٢

بتطبيق القانون :

$$\text{ج} = \frac{(\text{٦٢})^{\text{٢}}}{\text{١٧٨} \times \text{٨٧}} + \frac{(\text{١٧})^{\text{٢}}}{\text{١٩٣} \times \text{٨٧}} + \frac{(\text{٥})^{\text{٢}}}{\text{٧٨} \times \text{٨٧}} + \frac{(\text{٣})^{\text{٢}}}{\text{٢٣} \times \text{٨٧}} +$$

$$\frac{(\text{١١٦})^{\text{٢}}}{\text{١٧٨} \times \text{٣٨٥}} + \frac{(\text{١٧٦})^{\text{٢}}}{\text{١٩٣} \times \text{٣٨٥}} + \frac{(\text{٧٣})^{\text{٢}}}{\text{٧٨} \times \text{٣٨٥}} + \frac{(\text{٢٠})^{\text{٢}}}{\text{٢٣} \times \text{٣٨٥}} +$$

ج = ١,١١ .. معامل التوافق : $\frac{\text{١,١١} - \text{١}}{\text{١,١١}} = \text{٠,٣٢}$

أحيانا نحتاج الى قياس ارتباط متغيرين اذ يجب ان يكون كلاهما كمبين المعادلة

$$\text{ر} = \frac{\frac{\text{١}}{\text{ن}} \ \text{مج} \ (\text{س} - \bar{\text{س}})\ (\text{ص} - \bar{\text{ص}})}{\text{٤ س} \times \text{٤ ص}}$$

ونقوم بالخطوات الآتية :

١. نحسب الوسط الحسابي لكل من المتغيرين أي نستخرج سَ ، صَ .

٢. نحسب انحرافات القيم عن الوسط الحسابي ، أي (س– سَ) (صَ – صَ)

[*] المثال د. مهدي محمد ، مصدر سبق ذكره ، ص٢٥٨ .

٣. تربع انحرافات القيم عن الوسط الحسابي أي نوجد $(\text{س} - \text{سَ})^{٢}$، $(\text{ص} - \text{صَ})^{٢}$ لنحصل على المجموع العام وهو مج $(\text{س} - \text{سَ})^{٢}$ ، مج $(\text{صَ} - \text{صَ})^{٢}$

ولحساب الانحراف المعياري لـ س = $\sqrt{\frac{\text{مج } (\text{س} - \text{سَ})^{٢}}{\text{عدد رقم س}}}$ وكذلك ص= $\sqrt{\frac{\text{مجـ } (\text{ص} - \text{صَ})^{٢}}{\text{عدد رقم ص}}}$

وتمثل ع س = انحراف س

و ع ص = انحراف ص

ويمكن هنا ان نلحظ ان استخدام معامل الاقتران والتوافق و فاي يمكن ان يستخدم لدى عينة واحدة، في حين ان معامل ارتباط [٢] بيرسون يمكن استخدامه لقياس الارتباط بين عينيتين قد تمثل احدهما تحليل الرسالة الاتصالية والاخرى الجمهور او القائم بالاتصال مع احدهما ... ولكن بشرط ان تكون الفئات متساوية وعند عدم تساويهما فهناك معاملات ارتباط اخرى يمكن تطبيقها منها معامل ارتباط كندال وعندما تكون الرتب غير كمية من ممكن ان نطبق معامل ارتباط الرتب لسبيرمان.

هنا ينبغي ملاحظة الآتي، في بحوث العلاقة نستخدم الارتباط وفي الاثر والتأثير ونستخدم الاقتران؛ لان الظاهرة اثرت في جمهور قَ اقترنت بشيء اخر . وفي الانعكاس نستخدم التوافق ؛.. لان الظاهرة عند الجمهور انعكست مظاهرها فظهرت بمؤشرات تتوافق ومؤشرات في الجمهور . وهذا لايعني الا تستخدم باقي المعاملات في قضايا جزئية .. ولكن المعول على دراسة هذه المفاهم بالاساس ماذكرناه .. اما فيما يخص دراسة الدور فتعتمد على الارتباط وكذلك معامل الاقتران بالدرجة الاساس .

(٢) أ. د. ناصر عبدالله وزميله : المصدر السابق ، ص٣٤٤– ٣٤٥ .

كما يجب ملاحظة ان الجداول عندما تبنى تعتمد على وفق تسلسل الاسئلة والأهداف وليس تسلسل الأسئلة في الاستمارة ،. كما انه ليس شرطا ان تستخدم النسب المئوية؛ لان الجدول يوضح حجم الفئة في العينة المدروسة، لكن النسبة المئوية هي التي توضح حجم الفئة قياسا بغيرها او لجميع العينة .. وهو امر ليس مطلوب دائما .. وتحكمه الرغبة في تحديد مراتب الفئة الى غيرها ضمن العينة المدروسة .

مفاهيم علم النفس وبحوث جمهور الإذاعة والتلفزيون :

عندما نوجه أسئلة في استمارة الاستبانة او عبارات في مقياس إلى أي مدى ندرك ان الجمهور يعرف المفاهيم التي تستخدمها من قبيل الانتباه والإدراك والذاكرة والنسيان والتصور [*].

ويعرف الانتباه بأنه تركيز الشعور في شيء أو عدة أشياء وعلى الرغم من ان الدراسات في علم النفس اعتمدت على تجارب المشاهدة والسمع، فتجارب المشاهدة تطلب من افراد دراسة التركيز في مشاهدة احدى الألعاب في الوقت الذي كانت تعرض عليهم مشاهدة أخرى، وتبين ان الأفراد لم يكونوا على وعي بما يدور حولهم، نظرا الى تركيزهم في اللعبة ... بينما نرى ان السمع يطلب من افراد الاستماع والانتباه الى احدى الرسائل الهادفة من احدى الاذنين واحمال الرسالة القادمة من الاذن الاخرى (عدم الانتباه لها) وقد كانت الرسالة التي تطلب من الافراد الانتباه لها إذ تتضمن معلومات مهمة في بدايتها ، ومن ثم تتحول لتشمل معلومات هامشية او تافهه اما الرسالة الاخرى التي تطلب من الافراد عدم الانتباه لها فقد

---

[*] انظر : بالتفصيل حول هذه المفاهيم : أ. د. حيدر كريم و أ. م. د. لمياء ياسين : علم النفس المعرفي ، بغداد ، دار الفراهيدي للنشر والتوزيع ، ٢٠١٤ ، ص٣٨ وما بعدها .

كانت في بدايتها تشتمل على معلومات هامشية ومن ثم تتحول الى نمو في معلومات مهمة. واظهرت نتائج الدراسة بأن الافراد في اثناء انتباههم كانوا يختارون بعض الملامح من الرسالتين، ليوجهوا انتباهم لها دون النظر للتعليمات المعطاة لهم في ضوء ذلك .. إذ ينبغي التحقق من صحة الاجابة .. سواء في التعرض للتلفزيون ام الاستماع للاذاعة ..

ولكن كيف يتم ذلك ؟

هنا على الباحث في الدراسة الاستطلاعية ان يوجد مؤشرات غير مباشرة توضح ذلك .. ويضمن ان السؤال الموضوع في الاستمارة يستطيع ان يفصل بين المشاهدة والاستماع غير الناتج من المشاهدة والاستماع المنتج . ويستطيع هنا ان نضع سؤالين متناقضين احدهما يمثل الواقع والآخر عند الإجابة عن الاول يبقى المبحوث والإجابة والسؤال اما عند الثاني فيستبعد كل ذلك .

فيما يخص الادراك .. فإن التعريف الملائم هو محاولة لتفسير المعلومات التي تصل الى الدماغ وهو تفسير اندرسون وضعه عام ١٩٩٥.

والقضية هنا ان الاسئلة قد لاتوضح بطريقة تدفع المبحوث لتفسير المعلومات الاحساس هو الخطوة الاولى للادراك السليم .. والتفسير في اللغة الشرح والبيان .. بمعنى ان تفسير المعلومات يعني شرحها وبيانها .. فهل يحقق السؤال المقتضب القدرة لدى المبحوث المبحوث على " شرح وبيان " ؟

فماذا يفعل الباحث هنا ؟

عليه ان يحول المعلومات المطروحة في السؤال او العبارات الى معانٍ مشروحة بسيطة غير معقدة تعطيه القدرة اختزال الشرح في البيان ويختصر عليه

الوقت والجهد وتكون اجابته اكثر مصداقية. ومن هنا عليه ان يتجاوز المفاهيم الخاصة بالاتصال ويحولها الى تعريفات تلائم عقلية المبحوث ..

الامر الاخر قضية " الذاكرة " اذ ان الكثير من الباحثين يختارو في بحث الجمهور قضايا تكون قد مرت عليها مدة زمنية بعضها طويلة وبعضها قصيرة ..

ولو سلمنا بتعريف هابر لاندت الموضوع عام ١٩٩٤ الذي يشير الى ان الذاكرة هي القادرة على تذكيرها وتعلم الفرد سابقا ...

وعلى الرغم ان هنالك ذاكرتان قصيرة وطويلة وعلى الرغم من ان تكرار المعلومات مرات عدة يكون الاحتفاظ بها في الذاكرة القصيرة المدى مدة اطول ..

وهنا على الباحث ان يتأكد في الدراسة الاستطلاعية من ان المعلومات تكررت على المبحوث مرات عدة من خلال اسئلة غير مباشرة وبصيغ مختلفة ..

كما ان المعلومات اذا كانت غير مرتبة وغير منظمة لدى المبحوث تكون كل الجهود مجرد قضية وغير مجدية اذا كانت في الذاكرة الطويلة المدى. هكذا يقال في علم النفس ...

ما الذي نفعله كباحثين لدراسة جمهور يمتلك مثل هذه الذاكرة ؟ يجب ان يتضمن كل سؤال تعريف بسيط بالقضية للتذكير. واذا كانت قضية واحدة يوضع التعريف في بداية الاستمارة .

كما انه يفضل ان يتضمن التعريف الالية التي ظهرت بها، او حتى القناة او الاذاعة .

ولكن هنالك سؤال وهو كيف يعرف المبحوث اصحاب الذاكرة الطويلة الذين يمتلكون معلومات غير منظمة .

يجب على الباحث هنا ان يضع في اسئلة الدراسة الاستطلاعية مايبين له ذلك ... وعندها يستطيع ان يعالج الامور في اسئلة الاستمارة او عبارات المقياس .

هنالك ملاحظة اخرى على وفق دراسات علم النفس(*) ان يفقد المخ حوالي غرامين من الخلايا العصبية في السنة بعد بلوغ عمر الانسان سن الاربعين وحتى الخامسة والاربعين وتزداد الكمية الى ثلاثة او اربعة غرامات بعد سن الخمسين ويفقد المخ نصف كيلو غرام من وزنه خلال الاعمار مابين سن الثلاثين وحتى التسعين عاما... وعلى الرغم من تأكيدات الخبراء بان المخ يستكمل النواقص لاحقا .. لكن يثر هذا تساؤلات وهو كيف نضمن اجابات الجمهور من هذه الاعمار مرة وفقا لذاكرة صحيحة .. ومرة قياسا باعمار اصغر ؟

عندما نختار العمر كمتغير نحتاج الى استمارة استطلاع ثانية واسئلة غير مباشرة توضح هذه القضايا وتفسيرها تختص بهذه الاعمار وحدها .. وبموجبها تصاغ الاسئلة التي تختص هذه الاعمار بطريقة تعطي المفهوم ذاته ..

ولا تغيره لكنها أخذ اجابات الاعمار المذكورة بنظر الاعتبار .

وينبغي هنا ملاحظة فيما لو نسي الجمهور بعض المواقف او الوقائع فماذا نفعل ؟

النسيان يعرف بأنه الفقدان الكلي او الجزئي لبعض ما تعلمه الفرد من معارف ومهارات سابقة ..

(*) أ. د. حيدر كريم وزميلته ، مصدر سبق ذكره ، ص١٣٥ .

في حالة النسيان الكلي نحتاج الى تضمين الاستمارة الاستطلاعية اشياء عن التذكر .. ولكن في البدء يجب ان نعرف هل ان الجمهور لديه نسيان عن القضية ام الظاهرة ام لا ؟

ويظهر ذلك من خلال الاستمارة الاستطلاعية الاولية ..

اما النسيان الجزئي فنحتاج الى معرفته عن طريق عرض تفاصيل الظاهرة او القضية ومن ثم في ضوئه يتم وضع ذلك في الاستمارة النهائية مع الحفاظ على الفهم المشترك الذي يجب ان يؤديه السؤال .

هناك قضية اخرى تتعلق بالتصور او التخيل .

التصور هو استحضار صورة موجودة سلفا في العقل او الذاكرة وعلى الاغلب تأتي مطابقة للصورة الحقيقية الموجودة في الحياة او الواقع اما التخيل شيء غير ممكن حدوثه في بعض الاحيان التصور اقرب للواقع من التخيل فالتخيل قريب للخيال وليس الواقع . هكذا يقال في علم النفس ..

والسؤال هنا هل من الضروري ان يجيب عن الاسئلة المبحوث في الاستبيانه او المقياس من باب التصور وحده ؟

عندما تكون لدينا دراسة تتعلق بسلوك التعالي او موقف تجاه قضايا اعلامية يجب ان تصاغ الاسئلة بطريقة تتعلق بالواقع وهنا يجب ان يجيب الجمهور من باب التصور ...

أما لو كانت الدراسة تتعلق بقضايا مستقبلية فيمكن ان يجيب من باب التخيل او التمني ولكن على المبحوث منا ان يحدد تخيله، او تمنيه وفقا لمعطيات لديه تشير الى ان الامور ستسير باتجاه ما يعبر عن رأيه أي يستنتج من مؤشرات سابقة

لديه .. والسؤال هنا .. كيف يتأكد الباحث من ان المبحوث اجاب من باب التصور او التخيل والتمني ؟ يمكن معرفة ذلك عن طريق تطابق الاجابات مع اوضاع المبحوث .. فالمبحوث الذي لايشاهد قناة معينة في سؤال يوضع له .. كيف يستطيع ان يبدي رأيه ببرنامج فيها .. كما انه يمكن وضع تفاصيل البرنامج في سؤال ويطلب منه الاجابة عن بعض التفاصيل غير الموجودة في البرنامج لمعرفة مصداقية اجابه المبحوث ..

او ان نسأل المبحوث عن برنامج معين وعندما يجيب بانه يشاهده نسأله عن القناة والوقت والمقدم مثلا او مضمون آخر حلقة او شخوص الحلقة المستضعفين ويمكن ان نضع كل ذلك في الاستمارة الاستطلاعية اما نصف ونصف العينة القصدية فيستبعدون من العينة النهائية ...

افكار علم الاجتماع وعلاقتها ببحث جمهور الإذاعة والتلفزيون

في بعض الاحيان ندرس علاقات بين متغيرات وفي علم الاجتماع [*] هنالك تصنيف لهذه العلاقات منها متناظرة أي هناك علاقة بين متغيرين او اكثر لكن لا يؤثر احدهما في الاخر لكنهما مترابطان ولا يمكن تشخيص المتغير المتعمد ويعود ذلك الى عوامل ترابطة ومتداخلة عدة ..

وهنا يجب على الباحث ان يتعرض لهذه العوامل المترابطة والمتداخلة حتى لايتورط في أساليب إحصائية تنتج له نتائج وهمية قائمة على التأثير والتأثر .. ويمكن ان يكون ذلك باستمارة استطلاعية أولية ؛ لان هدف بحث مثل هذا هو اكتشاف العلاقة لا اتجاه العلاقة .

---

[*] د. معن خليل عمر : الموضوعية والتحليل في البحث الاجتماعي ، بيروت ، منشورات دار الافاق الجديدة، ١٩٨٣ ، ص٣٧٣ ، ص٢٣٦ .

وهناك (علاقة تبادلية) أي ان يؤثر المستقل على التابع والتابع على المستقل وفي علم الاجتماع يؤكدون بان على الباحث ان يحدد أيهما أكثر تأثيرا في كل مرة .. ولكن هذا يحتاج من الباحث امكانيات قياس معقدة، وربما اعادة البحث اكثر من مرة.

فما الذي نفعله في بحوثنا لعلاج ذلك ؟

المقترح هنا لو واجه الباحث مشكلة مثل هذه يجب ان تصنف الدراسة على متغير واحد وذلك بأن يعد استمارة على خبراء لتحديده . والفعل هنا فيها وهو تحديد المتغير الذي يخضع بالضرورة الى فاعليته في الاسئلة والاهداف اكثر من المتغير الثاني.

وفيما يخص العلاقة غير المتناظرة والتي تقوم على التحليل السببي وتأثير احدهما على الاخر.. هناك محفزات واستجابات هي التي تقوم بتشكيل العلاقة بين المتغيرين ..

وهنا على الباحث ان ينجز دراسة استطلاعية توضح؛ كلاهما لكي يعتمدها في وضع المقياس الذي سيعتمده ..

وهناك ايضا في علم الاجتماع مايسمى بالعلاقة المستكنة وتعني بها ان هناك ظروف او شروط او بذور داخل الظاهرة او المشكلة المدروسة والتي تساعد على تشكيل علاقة بالمتغيرات .. وعلى الباحث في مجال الاعلام ان يعد استمارة استطلاعية توضح هذه الشروط وعند عدم توافرها عليه الا يتورط في مثل هذه الدراسة التي تفقد الى تشكيل علاقة بين المتغيرين .

وهناك طرح في علم الاجتماع يقول بأن الاجابة الواحدة التي لاتتغير لدى افراد العينة جميعهم على سؤال واحد من اسئلة الاستمارة يجب اسقاطه او تعديله .

ولكن بحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون قد تتطابق الاجابات حول التوخي لقناة ما او اذاعة ما . وهو – عندنا – لايدفع الى الغائه او تعديله .

كما ان الطرح في الاجتماع ايضا ينص على أن الاستجابة المحايدة من نوع (غير متأكد) او (لا اعرف) اذا كثرت تحتاج الى تعديل او حذف وما اعتقده هنا هو ان هذا الامر عندنا في الاعلام يبدو طبيعيا ولا يحتاج الى حذف او تعديل لان موضوعات بحوث الاجتماع تقوم على وقائع في الغالب في حين ان بحوث الاذاعة والتلفزيون تقوم على وقائع واراء وربما الاراء الاكثر وهو مايعني ان الجمهور يحتاج الى ان لايعرف ان يرفع من اختيار الاجابة فيضطر الى ذلك .

- **الاسئلة في الادارة وبحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون .**

هناك بعض الاسئلة في الادارة تحتاج الى تأمل لاستخدامها في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون مثل اسئلة اما / او وهي تستخدم هناك لتساعد على تقويم الاراء.. او تحجيم عدد الخيارات ..

وعندنا مثل هذه الاسئلة تربك المبحوث ..

وهناك الاسئلة المغلقة ذات الاجابة الثنائية .. من قبيل نعم/ لا ، موافق / غير موافق ، او اكثر . وهناك الاعتقاد بانها تقلل المراوغة من جانب المتلقي وتقود الى اسئلة متابعة .. مثل لماذا ؟ وتكون تفاصيل الاجابة غير مهمة ولكن الحصول على الاجابة مهم .

ولكن نحن في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون نستخدم هذه الاسئلة للوقائع في الغالب ولذلك هي مهمة ، كما ان موضوع الجنس يحدد الى حد كبير كمتغير العلاقات الارتباطية بين الجنس والمضمون مثلا [*].

نظرية الاحتمالات وبحوث الإذاعة والتلفزيون :

لعل الكثير من العلوم تستطيع ان تتنبأ بواقع الظواهر .. ففي الاقتصاد مثلا هناك معادلة لدراسة تغير ذوق المستهلك والتي تقوم على الآتي :

$$Q = F (P , P^{-} , y , T)$$

حيث ان Q = الكمية المطلوبة ، P سعر السلعة نفسها ،

P = أسعار السلع المكملة والبديلة y الدخل النقدي ،

T ذوق المستهلك ..

وكفرضيه هنا لو أردنا المقارنة بين قناتين عند الجمهور كيف يمكن ان نطبق هذه المعادلة .. باعتقادي يمكن بالاتي بعد انجاز استمارة استطلاع اولية :

P = عدد المتابعين للقناة الاولى .

P ̃= عدد المتابعين للقناة الثانية .

Y = عدد الستلايتات او التلفزيونات الموجودة .

T = عدد الذين يتابعون القناة الاولى – عدد الذين يتابعون القناة الثانية .

---

[*] تبري جيه فادم : فن السؤال ، بلا مكان نشر ، مكتبة جريدة ، ٢٠١١ ، ص١٣٦-١٤٠ .

وفي المحاسبة هناك معادلة تسمى " خط الاتجاه المستقيم " يمكن ان تمدد نسبة التغير في ظاهره لديها عدة قيم لسنوات مختلفة سابقة والتنبؤ بها لسنوات لاحقة.

ومثال على ذلك لو كان لدينا كميات انتاج لسنوات من ١٩٥١ وحتى ١٩٦٠ وكانت كميات الانتاج مختلفة لهذه السنوات بين (ص) و (س) فنعد جدولا لكل منهما ومن ثم ينوب (س ص) لكل فئة ثم (س٢) القيم الاتجاهية ص ثم نجمع الفئات باستثناء صَ .

ثم نعوض على المعادلة : ص = أ + ب ج

ويعني : مجموع ص = عدد السنوات × أ + مجموع س

ثم ندخل الناتج في : مجموع س ص = مجموع س + مجموع س^{٢} ب

معادلة خط الاتجاه ص = أ + ب س

وبما ان نقطة الاصل منتصف عام ١٩٥٥ والوحدة الزمنية نصف سنة (ب) لتقدير الكمية المنتجة عام ١٩٦٢ نعوض في المعادلة الناتجة عن

س: ١٣ = ٩٥,٥ + ٤,٥٩ × ١٣ = ٩٥,٥ + ٥٩,٦٧

= ١٥٥,١ لاقرب الف طن = ١٥٥١٧٠ طن ..

ويمكن ان نطبق هذه المعادلة في بحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون عندما نريد ان نعرف ان الذين يتعرضون للفضائيات او الاذاعات مثلا في بحوث لسنوات سابقة مختلفة قد تمتد لعشرة سنوات سابقة فيما لو اردنا ان نعرف كم سيستمر هذا الرقم لسنوات مقبلة .. بشرط ان تكون لدينا احصائيات لبحوث معتمدة حول هذه القضية

او اية قضية اخرى .. من قبيل نسب النساء اللواتي يتابعن برنامج بمضمون معين مثلا .

في نظرية الاحتمالات هناك طرح يقوم على فكرة ان التجربة يجب ان تكون متكررة ومتجانسة ولو قدرنا ان المتكررة تعني استمرار انجازها .. فما المقصود بالمتجانسة هنا ؟

التجانس باعتقادي في بحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون يقوم على :

١. تحديد خصائص متقابلة بين بحثين (ظروف البحثين) .

٢. تطابق في العينة والموضوع والادوات .

ولكن توجد هنا مشكلة اذ ان لكل بحث ادوات ملائمة له وعند اختلاف الادوات في بعض الاحيان فأن النتائج تتأثر بنوع الاداة . ولكن الاختلاف الطفيف لايحدث اثرا كبيرا .

وهنا يمكن الاسترشاد بالتجارب في السريرية في الطب وذلك عندما يعدون جدولا قبل العمليات يسمى (العوامل المربكة) وقبالته (العلاجات المحتلمة) .

وفي هذه الطريقة في بحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون نستطيع ان نقلص حجم الاخطاء التي قد تواجهنا . ولكن ينبغي هنا على الباحث ان يأخذ رأي الخبراء في العوامل المربكة والعلاجات المحتملة .

القراءة في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون :

في البدء لايجب ان يقرأ الباحث في بحث الجمهور كما يقرأ امثاله في بحث الرسالة او الوسيلة ..

المعيار هنا ان اطلاعاته جميعها (قراءاته ومراجعاته) يجب ان تتم ضمن اطار المتغير الرئيس في العنوان .. هذا اولا .. وثانيا ان يكون الاقتباس مبني على فكرة اضافة سؤال او اسئلة في الاستبيانة او عبارة في مقياس ، وفيما لو رفع الاقتباس يرفع سؤال او اسئلة في الاستبيانة وعبارة في المقياس ...

وثالثا ان يحدد وقت معين للقراءة وكل مصدر لايشعر الباحث انه يضيف له شيئا للاستبيان او المقياس لايحث على وضعه في قائمة المصادر والمراجع .. ولعل افضل مصدر هو اطروحة الدكتوراه المنشورة لانها مرت بالكثير من العقول العلمية قبل النشر هكذا المفترض .

وقد يواجه الباحث مشكلة اختيار تعريف محدد وعليه ان يستعرض التعاريف جميعها ويوضح نقاط القوة والضعف فيها ثم يختار الملائم منها والمقصود بالملائم هو ما يحقق اهداف بحثه دون غيره .

ويجب الا يستخدم أي مصدر خارج بحثه جمهور الاذاعة والتلفزيون ولو اضطر الى معلومة خارج هذا الاختصاص عليه ان يعتمدها بشرطين :

١. عدم وجودها في مصادر جمهور الاذاعة والتلفزيون .

٢. التأكد من موثوقيتها وعلميتها ومصداقيتها .

واخيرا فأن قائمة المصادر والمراجع كلما احتوت على مصادر خارج المتغير الرئيس للعنوان كانت قراءة الباحث مشتته وغير منظمة لا بل وغير علمية لانه هنا قرأ للاهتمام وليس للاختصاص .

توصيف اجراءات بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون

من المهم ان يتم توصيف اجراءات بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون بطريقة :

١. صحيحة .

٢. مختلفة عن بحث الرسالة والوسيلة .

وهناك قضيتان ايضا :

١. انجاز الاجراءات العلمية .

٢. وصف انجاز الاجراءات .

وللتفصيل اكثر نستعرض كل الاجراءات ولكن بحدود الاختلافات .

عنوان البحث

مثلما هو معروف من المهم في العنوان ان يتضمن متغيرات في البحث الوصفي ثم علاقة بين متغيرات في البحث السببي .

وان تؤكد هذه المتغيرات مؤشرات حول قضية تهم جمهور ما .. فالقضية او الظاهرة عند من ستدرس هي ما يشكل ضابطة لمعرفة عنوان بحث الجمهور عن غيره .

وقد يتداخل متغير عن بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون مع متغير اخر غير اعلامي او اعلامي وهنا يجب ان يتقدم المتغير الذي يعنى ببحث جمهور الاذاعة والتلفزيون عن غيره وكذلك تكون كل الاجراءات وفق هذا المنوال ويجب ان تكون غالبية الناتج حول ذلك ...

*** المقدمة والتقديم والتمهيد**

المقدمة وصف مختصر لمضامين بحث يتضمن اشارات مقنعة .. في حين ان التقديم يمثل فرصة للتعريف بالفصل فقط على حين ان التمهيد هو تقديم موجز يتضمن بعض الاشارات المهمة في الفصل ..

في بحث جمهور الاذاعة في كل ما ذكرنا يجب ان نشير الى (الجمهور) وحده وليس غيره .. واية اشارات الى الرسالة او الوسيلة يعني ان البحث صار مشتركا بين الجمهور وغيره ولن نستطيع عده بحث جمهور .

المشكلة والأهداف والأهمية :

يجب ان تكون الاسئلة في مشكلة البحث عند الصياغة الاستفهامية يعني اذ استخدمت تشير الى قضية او ظاهرة تخص الجمهور والضابطة هنا ان نضع اجابات افتراضية للاسئلة فاذا كانت هذه الاجابات تشير الى قضية تخص الجمهور كانت الصياغة صحيحة ويمكن الاستعانة ببحاث آخر .

اما الاهداف فهي غايات يسعى الباحث للوصول اليها بإجراءات علمية معتمدة والهدف يجب ان يشير الى نتيجة وليس اليه ... وفي الغالب يستخدم الباحثون كلمات من قبيل . (معرفة ، تحديد ، الكشف) .

وكلمة معرفة تحتاج الى علم مما يعني ان التحقق من هدف يتضمن هكذا كلمة يجب ان يستند الى أليات لتحقيق من ان المعرفة استندت الى علم وعلى الباحث ان يضع مؤشرات في الاداة لمعرفة ذلك .

كلمة (تحديد) يعني وضع فصل بين شيء واخر بحيث يتميز عن غيره ... في صياغة الهدف على وفق هذه الكلمة كيف نضمن ان الآلية تحقق مثل هذا الشيء ؟

لو جابت الآلية عن (تحديد) وغيره فهي غير صالحة ..

اما كلمة ((الكشف) فتعني اظهار خفي ... فلو كانت القضية معرفة فأين الكشف هنا فتكون الاستخدام غير صحيح .

وهنا ما يحدد استخدام الكلمة في الهدف يجب ان ينجز الباحث دراسة استطلاعية لمعرفة فيما اذا كان الأمر مخفي ام لا ...

وفي الغالب فان الدراسات التي تتناول قضايا مشاهدة القنوات تتكرر في عدة سنوات لا بل بالسنة الواحدة ومع ذلك فان تكرار هذه الكلمة غير صحيح ..

والمعيار هنا ان الدراسات السابقة لو اشارت الى نتائج يسعى الباحث الى البحث عنها ضمن بحثه فانه عليه الا يشير الى هذه الكلمة في الاهداف .

وفيما يختص الاهمية في الغالب يتحدث الباحث عن وصف اهمية الموضوع وليس " اهمية البحث في الموضوع " وهنالك فرق بينهما والمعيار الحقيقي ان يتحدث الباحث عن " اهمية البحث في الموضوع " والضابطة هنا ان من يقرأ اهمية البحث يصل الى (جدوى انجاز) البحث أي انه في نهاية الاهمية يصل الى اجابة عن سؤال (ولماذا) وبعكسه فأن الأهمية كتبت خطأ .

الصدق والثبات :

هنالك سؤال مهم لو ترك الباحث الصدق .. الى أي مدى يعتد بنتائج بحثه؟

لو لم ينجز الباحث الصرف باحد انواعه فهناك احتمالان :

١. ان الاداة المعدة للاستخدام صالحة ولكنه لم يتأكد من مصداقيتها .

٢. ان الاداة المعدة للاستخدام غير صالحة وهنا فهو متورط بنتائج مبنية على اداة غير صالحة .

وفي الغالب يحتاج الباحث الى معرفة رأي الخبراء بالاداة والسؤال هنا .... هل يقيم الخبراء بناء على ارائهم ووجهات نظرهم باداة البحث ام بوجهة نظرهم بالباحث ... فمرة يقيم على اساس انتاجه .. ومرة يقيم على اساس (سيرته العلمية) وهو ليس محل اهتمامنا ..

والمفترض ان يقيم الخبير على وفق معايير معتد بها ... بمعنى ان هنالك خلفية من المعايير المشتركة يتفق عليها هو وغيره ... ولو سنحت الفرصة لغيره فمن المفترض ان يضع نفس الملاحظات ....

هنالك طريقة من الممكن ان تستخدم للتأكد من صحة عمل الخبراء نأخذ استمارة الباحث ومشرفه ونعرضها على جمهور محدد ثم نأخذ استمارة عرضت على خبراء ونعرضها على جمهور محدد فمن يحقق اهداف البحث هو الذي سيحسم الخلاف اذا حققت الاستمارة الاولى ... فان عمل الخبراء غير صحيح .

وهنا يستطيع الباحث عندما تحقق استمارته الاولى التي لم يعرضها على الخبراء ان يقارن بينها وبين الاستمارة الثانية فيعرف نسبة الاتفاق والخطأ وعندها يحسب مئويا درجة عدم صحة الخبراء في فحص الاستمارة فاذا كانت النسبة كبيرة فوق الثمانين في المائة فهذا يعني ان اكثر من نصف الخبراء لم يعرفوا صلاحية الاداة ويمكم اعتماد الخطوات الاتية :

١. عرض الاستمارة الاولى على عينة من الجمهور .

٢. عرض الاستمارة الثانية التي عرضت على الخبراء على نفس الجمهور .

٣. مقارنة الاهداف التي حققتها الاستمارة الاولى مع الاهداف التي حققتها الاستمارة الثانية .

٤. الوصول الى نسبة مئوية بين الاثنين .

٥. ابدال الخبراء باخرين عندما تكون النسبة ٨٠% فما فوق .

وهناك مفاهيم ينبغي توضيحها في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون :

١. تشخيص .

٢. تحديد .

٣. مؤشر .

٤. نتيجة .

٥. دلالة .

٦. استنتاج .

٧. توصيه .

٨. مقترحات .

والسؤال هنا كيف نستخدم هذه المفاهيم في بحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون؟

التشخيص معناه ان نوضح بان صفة ما تتعلق بشيء دون غيره .. في حين ان التحديد معناه ان الصفة التي تتعلق بشيء دون غيره فيها تفاصيل واضحة ومعروفة ..

فمثلا نشخص شخص بأنه مريض ... ونميزه على غير المريض ، لكن ان نحدد المرض ووصفه فهو تحديد .. فنقول مريض بالعيون او الكبد او الكلى .. هذا تحديد .

اما المؤشر .. فهو تفاصيل واضحة للتحديد ... وهناك مؤشر صادق ومؤشر كاذب .. والمعيار الحقيقي صادق ومتى ما ارتبطت بالصفة وغير الصفة فانها كاذبة.!

كيف يتأكد الباحث في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون من ان المؤشرات صادقة؟

عليه ان يحدد تفاصيل الظاهرة ويضعها في استمارة استطلاعية ويتحقق من وجودها ..

عندما يخضع المؤشر الى (شرح او تفسير او تحليل او تأويل) ولكل منها استخدام محدد على وفق الظاهرة المدروسة اولا والاهداف ثانيا وامكانية الباحث ثالثا .. عندها ستتحول المؤشرات المستخرجة على وفق تصنيف محدد مبني على معيار ... تتحول المؤشر الى نتيجة .. والنتيجة لاتعتمد ما لم تعطي دلالة .. السؤال هنا .. كيف تعطي النتيجة دلالة في بحث الاذاعة والتلفزيون ؟

– وللتوضيح .. الدلالة تعني المغزى الحقيقي او المتوقع للنتيجة .. لو افترضنا ... كانت درجة طالب في امتحان ما ٧٠ درجة .. يعني انه ناجح .. هذه نتيجة ولكن يعني ذلك ان مستواه في هذه المادة جيد.. بمعنى ان مستواه العلمي في مصاف متقدمة ضمن هذه المادة) .. هذه هي الدلالة .. ويجب ان تقاس هكذا في بحث جمهور الإذاعة والتلفزيون ... أما الاستنتاج .. فمرحلة بعد الدلالة ... وهي

تعني ((المتوقع ما يبنى على الدلالة)) . وفي مثالنا .. التقدير جيد عندما دل على ان مستواه في مصاف متقدمة ، نستنتج ان له : مستقبل في هذه المادة " .

وهنا تأتي التوصية . ((مساعدته او إدخاله في دوره لكي يكون مختصا في هذه المادة)) ..

اما المقترح استقطابه للدراسات العليا في هذه المادة .. هكذا ينبغي التدرج بين التشخيص والتحديد وحتى والتوصية والمقترح في بحث جمهور الإذاعة والتلفزيون هناك الاستنباط الذي يعني انتقال الذهن من قضية او قضايا عدة هي المقدمات الى قضية اخرى هي النتيجة على وفق قواعد المنطق ؟ استخراج شيء بأعمال الرأي اجتهادا .

الاستقراء : هو الاستدلال الذي ينتقل من الجزئي الى الكلي . وفيه مشكلتان الاولى ما سبب تعميم الحكم على باقي الافراد ان لم افحصهم، والثاني ماسبب تعميم الحكم على المستقبل مع اننا فحصنا الافراد في الزمن الحالي ؟

اما الاستنباط فهو على العكس الحصول على معلومات خاصة من معلومات عامة ...

والسؤال هنا ... كيف نستخدم الاستقراء والاستنباط في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون ؟

الانتقال من الجزء الى الكل في النتائج يتحقق بالشروط الاتية :

١. عينة ممثلة .

٢. احتساب نسبة الخطأ في العينة .

٣. وضع وسائل للتحقق من مصداقية الإجراءات وتنفيذها

اما الاستنباط فيجب ان يحقق الشروط الآتية :

١. الجزء له كل مقومات الكل ويتم ذلك بتحديد مؤشرات محددة للظاهرة والتحقق منها في الكل والجزء .

٢. الإجراءات التي انتجت الاستنتاجات كانت صحيحة وقد تم التحقق من مصداقية الاجراءات وتنفيذها.

٣. الاداة التي استخدمت في الكل بتحويل الأهداف الى نتائج تم تنفيذها على الجزء والمقارنة بين النتائج فعندما تكون النسبة اكثر من ٩٠% يعتمد بذلك .

وهنا يجب الإشارة إلى ثلاثة احتمالات :

١. احتمال مؤكد ٢. احتمال متوقع ٣. احتمال مستحيل

وللتوضيح لو كانت لدينا سبع كرات (٤) صفراء و(٣) بيضاء

- وهذا المثال متداول في الاحتمالات -

لو اردنا ان نسحب اية كرة بغض النظر عن اللون يكون الاحتمال (مؤكد)، اما اذا اردنا ان نسحب كرة بيضاء فالاحتمال (متوقع) ولكن في حال اردنا ان نسحب كرة برقم (٨) فالاحتمال هنا (مستحيل) ..

والسؤال هنا :

كيف نطبق هذه الانواع من الاحتمالات في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون؟ هنا يجب ان تكون كل الاحتمالات في النوع الاول أي " الاحتمال المؤكد " .. ولكن كيف يتم ذلك ؟ يتم وفق الخطوات الاتية :

١. اعداد خطوات محتملة لحل مشكلة البحث .

٢. تحديد مؤشرات للظاهرة وفق دراسة استطلاعية .

٣. مقارنة المؤشرات المستخرجة من الدراسة الاستطلاعية مع خطواته المحتملة في (١) .

٤. اعداد استمارة تتضمن فئة بالمؤشرات وفئة بالخطوات وفئة تحت بند (ملائم/ غير ملائم) . وعرضها على خبراء في الاختصاص الدقيق ، وحساب نسبة اتفاقهم مع ترك فئة تعديلات مقترحة لهم ..

وهنا يمكن ان نعتد باجراء علمي كأن نضع سؤال في الاستمارة الاستطلاعية يتعلق بقضية ومن ثم نضع سؤال اخر في الاستمارة النهائية يكمله او يؤكده.. ونحسب نسبة الارتباط بينهما على وفق معامل ارتباط بيرسون بشرط ان يكون اعضاء الاستمارة الاستطلاعية جزء من العينة النهائية ..

مثال: نضع سؤال حول / رأي الجمهور بأن قنوات معينة تقدم قضايا الحرب وتكون اجابات العينة نعم ١٧٢ واحيانا ٣٠٠ ولا تقدم ٤٦ مثلا ونقوم بالاتي :

ت	تقدم الفضائيات قضايا الحرب	التكرار	المرتبة
١	نعم	١٧٢	٢
٢	احيانا	٣٠٠	١
٣	لا تقدم	٤٦	٣

ومن ثم نضع سؤال آخر في الاستمارة النهائية لتأكيده ويكون حول اسهام قضايا الحرب المعروضة في الفضائيات بتغيير قناعات الجمهور ..

ولو فرضنا جائت الاجابات بهذا الشكل ..

ت	غيرت الفضائيات قناعتي عن قضايا الحرب	التكرار	المرتبة
١	نعم	١٤٤	٢
٢	احيانا	٢٥٩	١
٣	لا تقدم	٦٩	٣

وبتطبيق معامل ارتباط بيرسون بعد (س) مستقل و(ص) تابع على وفق الاتي:

تقديم الفضائيات قضايا الحرب المتغير (س)	مساهمة قضايا الحرب في تغيير القناعات المتغير (ص)	س٢	ص٢	س ص
١٧٢	١٤٤	٢٩٥٨٤	٢٠٧٣٦	٢٤٧٦٨
٣٠٠	٢٥٩	٩٠٠٠٠٠	٦٧٠٨١	٧٧٧٠٠
٤٦	٦٩	٢١١٦	٤٧٦١	٣١٧٤
المجموع/ ٥١٨	المجموع/ ٤٧٢	١٢١٧٠٠	٩٢٥٧٨	١٠٥٦٤٢

وبتطبيق معامل ارتباط بيرسون :

$$\text{مج س ص} - \frac{\text{مج س} \times \text{ص}}{\text{ن}}$$

$$\text{تحت الجذر مج س٢} - \frac{(\text{مج س})^{٢}}{\text{ن}} \times \text{مج ص٢} - \frac{(\text{مج ص})^{٢}}{\text{ن}}$$

حيث ان مج (س ص) تمثل مجموع حاصل ضرب قيم (س) الخاصة (ب) ويتم (ص) ، مج (س) تمثل مجموع قيم المتغير (س) ومج (ص) تمثل مجموع المتغير (ص) .

ن = تمثل عدد الحالات البالغة (٣) من حجم العينة البالغة (٥١٨) فرد ومج س٢ تمثل مجموع مربع قيم المتغير س و(مج ص)٢ تمثل مجموع مربع قيم المتغير (ص) .

(مج س)٢ تمثل مربع مجموع قيم س و (مج ص)٢ تمثل مربع مجموع قيم (ص) وبالتعويض بالقانون واخذ الجذر التربيعي تصل الى معامل ارتباط بيرسون

$$ر = \frac{٢٤١٤٣,٤}{٢٤٣٠٧,٨} = ٠,٩٩$$

وبما ان الارتباط قوي فإن " الاحتمال المؤكد " لصحة الاجراءات يكون صحيحا .

الصدق والثبات

الصدق مثلما هو معروف مرتبط بصلاحية الاداة لقياس ما اعدت لقياسه .. لذلك لايمكن قياس الصدق ما لم تكن الشروط الموضوعة لكي تحقق الاهداف من قبل الاداة معروفة للفاحص .

هنالك مفهومان :

١. الكفاءة

٢. الجودة

والاول يعني القدرة على اداء الاشياء بطريقة حجمه ويقوم على مدخلات ومخرجات .. اما الثاني يعني مقياس للتميز او حالة الخلو من العيوب والنواقص

والتباينات الكبيرة عن طريق الالتزام الصارم بمعايير قابلة للقياس وقابلة للتحقق لانجاس تجانس وتماثل في الناتج ترضي متطلبات محددة للعملاء او المستخدمين(*)

والسؤال هنا في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون في قضية الصرف هل نقيس كفاءة الاداة ام جودتها ؟ وللتوضيح هنا اذا كانت الكفاءة القدرة على اداء الاشياء بطريقة صحيحة فهذا ينطبق على :

١. الاداة

٢. الخبير الذي يفحص صلاحية الاداة

ولكن في الحقيقة الخبير يفحص صلاحية الاداة على قدرتها على القياس . فيما التعريف الثاني يحقق حالة من التيقن الادق حول صلاحية الاداة ولذلك على الخبير .. ان يعتمد جودة الاداة وليس كفائتها ... لان الكفاءة فيها طرفان فيما الجودة تتعلق بالاداة وحدها ..

هنا يوجد سؤال .. كيف نتأكد من ان الخبير في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون اعتمد الجودة وليس الكفاءة في فحصه للاداة ؟

هناك اهداف محددة لكل بحث ويفترض ان تحقق هذه الاهداف .. فنقوم بالخطوات الاتية :

١. نعرف الكفاءة على وفق بحثنا .

٢. نعرف الجودة على وفق بحثنا .

٣. نقارن ملاحظات الخبير مع كلا التعريفين فاذا كانت الملاحظات تتطابق مع تعريف الكفاءة فأن الخبير قاس وفق الكفاءة اما اذا تطابقت الملاحظات مع

(*) التعريفات موجودة على يوكبيديا ، على الانترنت .

تعريف الجودة فان الخبير قاس وفق الجودة وهو الصحيح ، وهنا يجب ان نستبعد اراء وملاحظات الخبير الذي قاس وفق الكفاءة ولا يذكر ضمن قائمة الخبراء ..

وفي احتساب نسبة اتفاق الخبراء امامنا طريقان :

١. اعداد جدول فيه قائمة بالخبراء وامام كل منهم عدد الفقرات المفحوصة ونسبة الفقرات الموافق عليها ونسبة الفقرات غير الموافق عليها والنسبة المئوية النهائية للفقرات الموافق عليها .. ومن ثم نجمع نسب الموافق ونقسمه على عدد الخبراء .

٢. اعداد جدول فيه فئة عن عدد الفقرات الموافق عليها مقسمة على العدد الكلي للفقرات مضروبة في مئة بالمئة .. ويجب ان يكون عدد الخبراء ضمن الاختصاص الدقيق اغلبية حتى يعتد بالقياس ..

وهناك ضابطة لمعرفة فيما اذا كان عمل الخبراء صحيح ام خطأ .. تقوم على فكرة توزيع الاستمارة التي اعدها الباحث دون عرضها على الخبراء على عينة من الجمهور ومن ثم عرض الاستمارة الثانية التي خضعت لفحص الخبراء على الجمهور فأن حققت الاولى اهداف البحث فان عمل الخبراء لم يكن صحيحا وبعكسه لا ..

وفيما يخص الثبات فالمقصود به قيمة قدرة الاداة على تحقيق نتائج صحيحة له صفة الاستمرار فيما لو طبقت مجددا .. بمعنى ان النتائج التي اظهرتها الاداة لو تكرر استخدام الاداة فإلى أي مدى تكون النتائج متشابهة ..

وهنا اما يعتمد الباحث :

١. اعادة توزيع الاستمارات او المقياس .

٢. التجزئة النصفية، ويستخدم في كلا الحالتين معامل ارتباط بيرسون او معامل الفاكرومباخ .

ويستخدم الاول فيما لو استطاع ان يجد العينة مجددا ويصل اليهم والثاني يستخدم فيما لو لم يستطع العودة للعينة مجددا ..

هنا توجد مسألة مهمة يمكن طرحها على شكل تساؤل لديها فهم اخر او جديد عن الاسئلة ؟ والمفروض هنا التأكد من ان الفهم الذي اجاب به الجمهور يبقى هو ذاته ..

على الباحث هنا ان يطالب الجمهور بالخطوات الاتية :

١. اختيار عدد من الاسئلة بين (٣-٥) .

٢. الطلب من الجمهور وضع فهم لهذه الاسئلة باستمارة اضافية ..

٣. استخدام استمارة اضافية ثانية والطلب من الجمهور وضع فهم لنفس الاسئلة والمقارنة بين الفهمين ..

اما في التجزئة النصفية فلا يحتاج الى ذلك . وكلما كانت نسبة الثبات قليلة فهذا يدل على ان الجمهور غير من قناعاته تجاه موضوع البحث .. وفي حالة كون الاجابات عن (وقائع) فهذا يدل على انه كذب اما اولا او ثانيا وعندها يجب ان يستبعد هؤلاء من العينة النهائية .. ما لم نتأكد من ان التغيير لم يستند الى وقائع جديدة يمر بها المبحوث .

اما في البحث الكيفي(*) فهناك استراتيجية. التأمل للصدق وهي بمثابة البحث الذاتي عن مواطن انحياز الباحث المحتمل ومحاولة السيطرة عليها وتحديد الوسائل التي تمكنه من ذلك . وهناك التعدد وهي يتضمن مراقبين عدة لملاحظة ووصف سلوك مجتمع الدراسة والاطار الذي يوجدون ضمنه .

وهنا في البحث الكمي عن الصدق يمكن ان نستخرج نسبة الاتفاق واحيانا من خلال

مجموع الفئات المتفق عليها من قبل المحكمين / مجموع الفئات الكلية × ١٠٠

ونعد جدولا :

محاور الاستبانة	رقم الفقرة	عدد الخبراء	الموافقين	المعارضين	النسبة المئوية
بيانات الاستخدام	١ ، ٢	٩	٩	–	١٠٠%
المقياس	٦ ، ٧ ، ٩	٩	٨	١	٩٠

اما الثبات فنستخدم

معامل الفاكرومباخ للاتساق الداخلي

عبارة عن متوسط معاملات الارتباط الناتجة من تقسيم المقياس باشكاله القيمية الممكنة ، وتستخدم كل الاستثمارات ، وبجدول مثل هذا :

(*) ينظر: د. خالد احمد : معايير شروط الموضوعية الصدق والثبات في البحث الكيفي ، دراسة نظرية ، نجلة جامعة ام القرى ، العدد الثاني ، ٢٠٠٣ ، ص ١٤٢-١٤٣

فقرات المحور	عدد الفقرات	عدد فقرات المحور	ثبات	الاهمية
دور.....	٦	٣	٠,٦٢	جيد
دور مواقع	٦	٣	٠,٧٥	جيد جدا
دور	٩	٣	٠,٨٣	جيد جدا

وهناك في الثبات مسالة مهمة وهي عرض الاستمارة على الخبراء وعلى الباحث هنا ان يعد جدولا لتحديد اتفاق الخبراء وكالاتي :

اسم الخبير	اختصاصه	عدد الفقرات المفحوصة	عدد الفقرات الموافق عليها	عدد الفقرات المعترض عليها	نسبة الاتفاق المئوية
١- س	اذاعة وتلفزيون	١٠	٦	٤	٦٠%
٢- ص	اذاعة وتلفزيون	١٠	٧	٣	٧٠%
٣- ع	اذاعة وتلفزيون	١٠	٨	٢	٨٠%
٤- هـ	اجتماع	١٠	٨	٢	٨٠%
٥- و	علم نفس	١٠	٧	٣	٧٠%
٦- ك	احصاء	١٠	٧	٣	٧٠%

وحتى نحسب نسبة اتفاق الخبراء = $\frac{\text{مجموع النسب المئوية للموافقات}}{\text{عدد الخبراء}} = \frac{٤٣٠}{٦} =$ ٧١%

ولكن هنا توجد مشكلة من يحدد صلاحية الاستمارة هم اصحاب الاختصاص الدقيق ولذلك يجب ان يبنى الجدول وفق الاتي :

اسم الخبير	الاختصاص	عدد الفقرات المفحوصة	عدد الفقرات الموافق عليها	عدد الفقرات المعترض عليها	نسبة الاتفاق المئوية
١- س	اذاعة وتلفزيون	١٠	٦	٤	٦٠٪
٢- ص	اذاعة وتلفزيون	١٠	٧	٣	٧٠٪
٣- ع	اذاعة وتلفزيون	١٠	٨	٢	٨٠٪

$$\text{وتحتسب النسبة} = \frac{\text{مجموع النسب المئوية للموافقات}}{\text{عدد خبراء الاختصاص}} = \frac{٢١٠}{٣} = ٧٠\%$$

ولكم لو كان لدينا متغير غير اعلامي فاننا تعرض الاستبانة او الفقرات التي تعني هذا المتغير الى من هم خارج الاختصاص ونحسب نسبة اتفاقهم وكالاتي :

وكمثال لو كان لدينا متغير سياسي في العنوان يكون

١- جدول خاص لاصحاب الاختصاص الاعلامي ونعرض عليهم اسئلة الاعلام فقط .

٢- جدول خاص لاصحاب الاختصاص غير الاعلامي ونعرض عليهم اسئلة السياسة فقط .

ثم نستخرج متوسط نسبة الاتفاق النهائية وفق المعادلة ..

$$\text{متوسط الاتفاق النهائي للخبراء} = \frac{\text{نسبة اتفاق اختصاص الاعلام}}{\text{نسبة اتفاق اختصاص السياسة}} = ١٠٠\%$$

- **افكار حول العينات في بحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون :**

هنالك :

1. نوع العينة
2. حجم العينة
3. الخطأ في العينة
4. المعاينة

النوع يرتبط بتحديد من ندرسهم والحجم بكم من ندرس منهم والخطأ بمدى اختلاف نتائج دراستهم عن نتائج دراسة المجتمع الذي اقتطعوا منه اما المعاينة فبالكيفية التي نقتطعهم من مجتمعهم ..

الانواع في العينات متفق على قضيتين فيها الاحتمالية وغير الاحتمالية ... وهناك تسميات لعينات في بعض العلوم هي ليست تسمية لنوع العينة ولكن لاسلوب الوصول اليها .. فلذلك لايعتد بها كتسمية وان كانت تستخدم ويوثق في نتائجها .

والسؤال هنا هل جميع انواع العينات تصلح لبحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون ؟

لو سلمنا ان العينة متعددة المراحل تقوم على خطوات من الكل الى الجزء او من المجتمع الاكبر الى مجتمعات صغيرة .. فلاي مدى تساهم في الوصول الى الذين يجب ان ندرس بهم دور وسيلة معينة في تحديد اهمية موضوع لديهم ؟ ..

ولو افترضنا ان هذا النوع سيوصلنا الى جزء من المفترض ان تصل اليهم كيف سنعمم مثل هذه النتائج على الكل من الذين لايحملون خصائص من اخضعوا للدراسة ؟ .

العينة متعددة المراحل قد تعطي فرصة للانتقال بتدرج من الكل الى الجزء ولكنها بدون العشوائية لن تمنح فرصة للجميع للظهور في العينة . ويناط استخدامها بالمجتمعات الكبيرة .

العينة المنتظمة .. توفر فرصة لمسافة متساوية بين اختبار مفردة في العينة واخرى . ولكنها لاتستخدم على اساس مناطق وانما افراد .. فيكون تطبيقها خاطئ في دراسة تتعلق بعوائل تقطن مساكن ..

وهنا يوجد مخرج لهذا المأزق ان نطبق مثل هذه العينة لدراسة العوائل على اساس ارقام الدور على ان نطبق طريقة كيش في نهاية المطاف .

وافضل انواع العينات المستخدمة في بحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون هي العينة الطبقية .. لاننا عندما ندرس علاقات ارتباطية نحتاج الى معرفتها لدى جميع الطبقات خاصة عندما تكون لدينا مقارنة .

وعندما نطبق نظرية فالضروري ان نستخدم عينة قصدية لان النظرية فيها فروض وتحتاج الى اليات للتحقق منها .. وهذه الاليات عندما ندرسها نحتاج الى ان ندرس من تنطبق عليه وهنا العينة القصدية تحقق هذا الشيء ، هنالك عينة تسمى المتطوعين المؤهلين ومعنى كلمة متطوعين يعني راغبين لان يكونوا ضمن الدراسة وهو يعطي فرصة للثقة بأن اجاباتهم ستقوم على وعي وجدية .. اما المؤهلين فيعني ان فيهم مواصفات ومؤهلات .. يشترطها الباحث .. اما العينة العشوائية البسيطة فهي تمنح الفرصة للعشوائية ولكنها اعادة الوصول الى نفص المبحوثين تمثل مشكلة ليس من السهل حلها ولذلك نحن نستشكل من تحقيق الثبات باعادة الاختبار في هذا النوع من العينات .

لو اخذنا عينتين من مجتمع واحد .. وكانت اجاباتهم متناقضة .. وليست مختلفة .. ما لذي يفعله الباحث ؟

هنا على الباحث ان يختار عينة ثالثة ويعتمد بالنتائج التي تظهر من احداها ..

ويجب هنا ملاحظة ان هنالك :

١- وجود الظاهرة .

٢- حجم الظاهرة .

وعند دراسة الجمهور احيانا ندرس وجود الظاهرة مثلا :

- هل تشاهد قناة العراقية ؟

نعم ☐ لا ☐

هذا السؤال عن وجود الظاهرة ولكن :

س : كم ساعة تشاهد قناة العراقية ؟

اقل من ساعة ☐ ساعة الى اقل من ساعتين ☐ ساعتين فاكثر ☐

هذا السؤال عن حجم الظاهرة

في دراسة الدور او الوظيفة نحتاج عينة تجيب عن " حجم الظاهرة " وليس " وجود الظاهرة " .

والدور في الغالب يتطلب ايجاد فروقات بين فئات ومهن لتحديد مدى التاثيرات الموجودة بدقة ولذلك عندما نسعى لمعرفة " الدور او الوظيفة " نحتاج الى عينة طبقية وبالضرورة نسبية .. وان تكون ممثلة بمعنى :

١- جميع متغيرات مجتمع البحث موجودة في العينة .

٢- متغيرات مجتمع البحث توجد بنفس النسب في العينة .

وعلى الباحث في استخدامه لهذه العينة " الطبقية " ان يتاكد من هذين العنصرين في الدراسة الاستطلاعية ..

عندما تكون لدينا " علاقة " او " انعكاس " في العنوان واردنا ان نبحث عن شكل العلاقة " ايجابية ، سلبية " او اتجاهها " سببية ، غير مباشرة ، بالصدفة " وفق تصنيفات علم الاجتماع والاولى تعني انها جاءت لتحدد ان وجود متغير مرتبط بالثاني اما الثانية فان هنالك عوامل غير مباشرة تحدد شكل العلاقة .. والثالثة تعني ان الصدفة او غير الاتفاق هو من اوجد العلاقة ..

على الباحث هنا ان يختار عينة من المتطوعين " المؤهلين " وخصوصا عند تطبيق فروض نظرية ويكتشف هؤلاء بالدراسة الاستطلاعية .. من خلال توجيه سؤال ويعتمد الاجابات لمعرفة من يكون جزءا في العينة ومن لا يكون ..

اما عندما نطبق نظرية في بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون فنختار " عينة قصدية " واحيانا يشار في العنوان الرئيسي او الفرعي الى فئة او مهنة فيختار الباحث هؤلاء كعينة لدراسته ولكن لو اراد المقارنة بين هؤلاء وغيرهم وهو امر مهم بحثيا فكيف يختار الفئة او المهنة الاخرى ؟

عليه ان يعد دراسة استطلاعية لفئات او مهن اخرى غير داخلة في العنوان ومن نتائج هذه الدراسة يعد تسلسلا بالمهن او الفئات الاخرى تسلسل تنازلي على وفق وجود الظاهرة عندهم .. ووفق ذلك عليه ان يختار اول هذا التسلسل ووسطه واخيره .. حتى يحقق دراسة فروقات صحيحة .. لانه في الغالب " الانعكاس " ، " التاثير " " الدور " ، " الوظيفة " كدراسة تكون انضج عندما تدرس بهكذا اختيارات . ولذلك نحن نفضل اتي في بحوث جمهور الاذاعة والتلفزيون :

طبيعة الدراسة	نوع العينة	وسائل التحقق
ارتباط فقط	طبقية	معامل توافق
فروض نظرية	قصدية	ارتباط بيرسون
شكل الارتباط سلبي / ايجابي	متطوعين مؤهلين	معامل الاقتران معامل بيرسون
وجود الظاهرة	طريقة كيش	معامل فاي

المفاهيم البحثية وعلاقتها بالادوات

لدينا اربعة مفاهيم في بحوث الاذاعة والتلفزيون اقصد هنا في المقاييس والعلاقات الارتباطية ، ومعنى العلاقة الارتباطية انه هناك طرفان وعندما اقول علاقة ارتباطية يجب ان اوجد سؤال هل يؤثر احدهما في الاخر ام لا ، وليس شرطا ان اكتشف بان احدهما يؤثر بالاخر ، مثلا الذي يحصل على الدكتوراه يجب ان يحصل على الماجستير بينما الذي يحصل على الماجستير ليس بالشرط ان يحصل على الدبلوم ، احيانا نوجد العلاقة بين (س) و (ص) واحيانا نقول (ص) جاء بسبب وجود (س) هنا تسمى العلاقة الارتباطية وليست علاقة ولذلك الباحث في بداية بحثه يجب ان يقول بأنه يبحث عن وجود العلاقة او شكل العلاقة ، وجود العلاقة س له علاقة بـ ص لكن شكل العلاقة بينهما مرة تكون ارتباطية ومرة غير ارتباطية ، فلدينا اربعة مفاهيم رئيسة هي (الدور والانعكاس والتأثير والاثر واحيانا ندرس الوظيفة) وان كانت الوظيفة تدخل ضمن الدور ولدينا ادوات رئيسة وادوات فرعية فمثلا تحليل المضمون اداة رئيسة واحيانا يكون منهج ولدينا استمارة الاستبيان والمقياس ، والفرعية لدينا المقابلة وغيرها .

السؤال هنا العلاقة بين المفاهيم البحثية والادوات كيف تتم ؟ وكيف يتيقن الباحث من انه فعلا درس عن طريق الاداة المفهوم العلمي الذي وجد في العنوان ؟ مع العلم ان الكثير من المفاهيم التي ترد في العنوان ليست اغلبها مفاهيم علمية مثلا عندما نضع مصطلح (الاعلام الجديد) هذا مفهوم ليس علمي ، لاننا لم نثبت علميا بان الاذاعة والتلفزيون اعلام قديم ولم يثبت علميا ان الفيس وتويتر مجرد وسائل .

الانعكاس الذي كثيرا ما يوضع بالعناوين ، كلمة الانعكاس ماذا تعني من الامثلة التطبيقية بان مايراه الشخص في مرآة هو انعكاس لصورته خارج المرآة ، نحن

في البحث الاعلامي يفترض ان يكون انعكاس لمؤثر ما في ظاهرة بحيث تكون هناك مؤشرات لهذا المؤثر نراها في الظاهرة بمعنى ان الشخص يرى نفسه يحاول ان يعيد تقويم ذاته فلديه مؤشرات يحاول ان يراها في المرآة نحن عندما ندرس الظاهرة الاعلامية يجب ان تكون لدينا مؤشرات محددة نبحث عنها ولكن مرة نبحث عنها موجودة ام لا ومرة نبحث في تعديلها او الذي طرأ عليها ، عندما تكون لدي مثل هذه المفاهيم بالانعكاس ماذا استخدم من الادوات ؟؟

اذا في تحليل المضمون يجب ان احدد مسبقا المؤشرات واحدد كيفية وجودها وادرس في الرسالة كيف تغيرت . حتى اقول انه صار انعكاس حقيقي .

ظاهرة تتعلق بالارهاب ، نحدد المؤشرات ونحدد الية وجودها في بعض الرسائل الاتصالية ونبحث عنها في اماكن غير التي درسناها وبعدها نكتشف انهن موجودات والنقطة الثانية الية التعديل التي طرأت عليها يجب ان تكتشف فيصبح لدينا قضيتين الاولى وجودها في الظاهرة غير المدروسة والثانية الجديد في الظاهرة المدروسة ، مثلا معالجة الارهاب في الفضائيات المصرية وتريد ان ندرس معالجة الارهاب في الفضائيات العراقية ، يجب ان توجد مؤشرات في الاول وتحدد الية وجودها هناك وتأتي تبحث عن هذه المؤشرات وعن الية وجودها في الثانية لكن المشكلة التي تواجهنا هي كيف تغيرت صورتها من الاولى الى الثانية وكيف تكتشف ذلك ؟؟؟

لدينا نوعان من الظواهر بحثية واجتماعية، واجتماعية لاتعني بعلم الاجتماع فقط ، لدي موضوع يتحدث عن معالجة الارهاب في الفضائيات العراقية ، وجدت احدهم بحث عن معالجة الفضائيات العربية ، وانا بطريقة او باخرى وضعت كلمة الانعكاس كيف ادرسه ؟

يراد ان يكون هناك محك (لدي مؤشرات حول الفضائيات وكيف تعرض الارهاب) والقضية الثانية (كيف تعالجه) لان كلمة معالجة ليس وجود الشيء ، وجود الظاهرة شيء ومعالجتها شيء اخر يجب ان يكون هناك مفصل علمي حقيقي في المعالجة مبني على معيار نتفق عليه بحيث من يعمل نقول انه عالج هذا الموضوع، المعالجة في الطب تعني التدخل الجراحي وادوية على وفق تحليلات في نهاية المطاف الذي يشفي تمت معالجته ، ومن قام بعلاجه معالج .

حتى نضمن بأن الاداة درست الانعكاس نأتي باداة اخرى للتأكد .

مثلا المراسل الحربي ودوره في تعزيز معلومات الجمهور ، الدور ماذا يعني وكيف يختلف عن الانعكاس .

في الدور لديك ثلاثة اشياء مهمة ، الوظيفة والمستخدم والذي افاد من الاستخدام والوظيفة في بحوث الجمهور تقع بين قضيتين (الظاهرة والمستقبل لهذه الظاهرة) ، الذي يترتب على هذه القضية انه هناك استخدام ولدينا نتائج .

لدينا وظيفة ولدينا استخدام ولدينا نتائج بالدور ، مثلا نقول المراسل الحربي ودوره هنا ان تتحدث عن وظيفته والوظيفة تستوجب ان يكون هنالك استخدام ، هنالك من استخدم الوظيفة لتأدية الدور ويترتب عليها نتائج نتائج بالعودة الى انموذج المرأة (انت درست المؤشرات التي تخص صورتك) لكن في الدور تدرس الى أي مدى تحقق هذه المرأة وظيفتها ازاءك وهي تختلف ، فاذا جلبت المقياس نفسه مرة وضعت العنوان (المراسل الحربي ودوره في تعزيز معلومات الجمهور) ومرة وضعت عنوان اخر (المراسل الحربي وانعكاسه على تعزيز المعلومات لدى الجمهور) العنوان صحيحان لكن التحليل سيكون مختلف ، فاذا طبقت المقياس نفسه على العنوانين ذاتهما وخرجت بنفس النتائج ذاتها معناه ان المقياس خطأ، لانه لم يميز بين الدور

والانعكاس يفترض بالاداة التي تستخدم لقياس الدور هي غير الاداة التي تستخدم لقياس الانعكاس .

التاثير تعديل بوجود مؤثر وبالتاثير يجب ان ادرس المؤثر وادرس التعديل ويجب ان اوجد علاقة واضحة وصحيحة ومبرهن عليها بأن هذا التعديل الذي طرأ جرى من المؤثر مثلا اقول الاستماع لبرامج الاذاعية تأثيره في القيم الاسرية اصبحت البرامج هي المؤثر معناه يجب ان ادرس البرامج كمؤثر لكن البرنامج هنا لايدرس على انه برنامج وانما كمؤثر وهنا مؤشرات القياس ستختلف ، لاني هنا لا ادرس في البرنامج (الزمن والموضوع او المعالجة والاعداد) ، وانما ادرس هذه المؤشرات التي تصلح ان تعطيني معيارا حقيقيا هو البرنامج اثر ، هذا اول شيء والشيء الاخر يجب ان ادرس التعديل الذي طرأ على القيم ، حتى ابرهن ان هذا مؤثر فعلا وعندما اقول تعديل ينبغي ان يكون لدي معرفة مسبقة بالشيء قبل وجود التعديل وبعدها اثبت انه حصل تعديل واثبتت بعدها انه بعد التعديل لديه علاقة بالمؤثر هذه كلها يجب ان تكون موجودة في المقياس ، مرة يضع في المقياس مؤشرات للمؤثر ومرة يضع مؤشرات للتعديل ومرة يضع مؤشرات لوجود علاقة مابين المؤثر والتعديل ، كيف يحصل ذلك ؟؟

ان الانعكاس شيء والدور شيء آخر ولكن عندما ندرس الوظيفة ندرس شيء اخر مثل، نقول التلفزيون التربوي وظيفته في كذا وكذا ، هناك اراء بهذا الصدد منها عندما ندرس الوظيفة يجب ان ندرس الجمهور لاننا لانعرف ان الوظيفة قد تحققت الا بدراسة الجمهور وهناك رأي اخر يقول اننا نستطيع ان ندرس الوظيفة من دون دراسة الجمهور أي ندرسها عن طريق الرسالة الاتصالية ، لان هناك فرق بين الوظيفة والتوظيف فالوظيفة معناها انها تؤدي ادوارا محددة لكن التوظيف شيء من

الممكن ان يؤدي ادوار قد تكون ليست من مهماته في مرحلة مؤقتة بشرط انه اذا انتزعت منه هذا الشيء يعود الى سابق عهده .

مثلا قاعة الانترنت مثل تمت الاستعانة بها لغرض المناقشات ، هي ليست وظيفتها لكن تم توظيفها وعندما انتهى دورها عادت كقاعة انترنت نحن عندما ندرس التوظيف في البحوث الاعلامية ندرسه بهذه الطريقة ؟؟ في قضية الانعكاس أي الاداة المناسبة ؟

مرة نضع سؤال للجمهور في الانعكاس نسأله عن رأيه ومرة نضع سؤال يتحدث عن واقعة او سلوك ، السؤال نحن في الانعكاس ندرس اراء ام وقائع ؟؟؟

عندما نسأل احدهم ونقول له كيف هي صورتك في المرآة ؟؟ عندما يقول جيدة معناه واقعة وعندما يقول جميلة معناه راي ، السؤال يجب ان يصاغ بطريقة تسمح بالجواب بـ(جيدة) ام (جميلة) ؟؟ وهل يجوز للمبحوث ان يجيب بـ(لا اعرف)؟؟

عندما نضع اسئلة للجمهور في قضية الانعكاس هل يجوز ان نضع له اجابة بـ(لا اعرف) او (لا استطيع ان احدد) او (لا رأي لي) ؟؟

سؤال حول الوقائع لانضع اجابات للمترددين لكن عندما سألني الشخص الاخر وقلت له بأن صورتي جيدة ينبغي ان يكون له أي شخص الاخر وسيلة ليتيقن انني اجبت بصدق ما هي بأن صورتي جيدة ينبغي ان يكون له أي الشخص الاخر وسيلة ليتيقن انني اجبت بصدق ماهي الوسيلة؟؟

في كتابة تقرير البحث مثلا هناك انجاز الاجراء لكن شخص اخر يسألكم صفوا لي ماذا جرى ، ما الضمانة التي يتيقن بها الشخص الاخر من ان وصفكم كان صحيحا ؟؟؟

لدينا انجاز الاجراء ولدينا وصف الانجاز ، يجب ان تكون لدي مؤشرات علمية صحيحة اتأكد في ضوئها انني انجزت الاجراء بطريقة صحيحة ومؤشرات علمية اتأكد عن طريقها باني وصفت الاجراء بطريقة صحيحة .

نحن نقدم نصيحة للباحث كل اجراء تنجزه تصفه بطريقة صحيحة بمعنى ان تكتب ، اذا اكملت المشكلة وانجزتها قم بتوصيفها بطريقة صحيحة وبعدها انتقل للاهمية لكن هل يعد هذا الوصف هو وصف اولي او نهائي ؟

مثلا عندما اقول ان هذه القاعة هي قاعة تدريس فعندما افتح الباب وادخل اتيقن ان هذه قاعة تدريس لكن عندما اقف في الباب واقول هذه يمكن قاعة دراسة . هنا توجد احتمالية والفرق واضح .

هناك خطوة من الممكن القيام بها من خلال الاستعانة بخبراء لتقييم صحة الاجراءات في البحث اذ لابد من افهامهم بما تريدون في بحثكم ، بينوا مثلا لديكم ثلاث متغيرات في عنوانكم هذه هي تعريفاتها وهذه مشكلة البحث وهذه الاهداف وهذه الفروض هل هي صحيحة ام لا ، هل هذه الاهداف والاسئلة والفروض تحقق هذه المتغيرات ام لا تحققها هنا اصبح لديك مجموعة من الخبراء المتفقين معك .

بالتاكيد لدينا مشكلة وهي ان الخبراء الذين نبعث لهم هذه الاجراءات يقيمون بطريقة كيفية لانه لاتوجد لديهم معايير ثابتة لهذا الغرض وهذه المشكلة بحد ذاتها ، اذ المعايير التي يقيسون عليها ، مرة تكون على اساس الجودة ومرة اخرى على اساس الكفاءة ، الجودة تتعلق بالمنتوج ، بينما الكفاءة تعلق بالقائم على المنتوج ، لذلك عندما قام الخبراء بتقييم رسائل واطاريح الباحثين منهم يقومون بتقييم الجودة وكفاءة الباحث .

نعـود للسـؤال اذا سـألنا المبحـوث كيـف تـرى نفسـك بـالمرآة سـيجيب بــ(لا اعرف)؟؟ يجوز ذلك ؟؟

الجواب ان تضـع للمبحوث مؤشرات غير مباشرة يجيب عنها أي تساعده ، مثلا نسأله شعرك مرتب ام لا وهكذا ، لكن تبقى قضية مهمة وهي انه في اسئلة الوقائع لاتحتمل اجابة بـ(لا اعرف) ، لانها تدخل في الرأي .

نحـن فـي الانعكـاس نقيس رأي ام واقعـة ؟؟ ، نسـتطيع ان نضـع سـؤال فيـه جانب واقعة وجانب رأي مثلا انت تشاهد البرنـامج الذي يتعلق بالارهـاب ، سيقول نعم او لا هذه واقعة ، لكن اعجبتك ام لا تعجبك اصبح هنا سؤال برائيي .

نقول مرة اخرى ان احد افراد الجمهور يقول انا اشاهد البرامج واعجبتنـي هل يعد هذا انعكاس ؟؟

الجواب لا ليس انعكاس ، اذن ما المعايير التي بموجبها نضـع أسئلة تدرس الانعكاس وكيف اتيقن بأن الاسئلة تحقق الانعكاس ؟

اضـع اجابـات افتراضـية للاسـئلة وهـي نتـائج محتملـة ويقـارن هذه الاجابـات كنتائج محتملة وما قدمت لنا من فهم وهذا معناه من الممكن ان تصلح لقياس الدور.

نضع تعريف الدور مثلا ونقوم بتجزئة تعريف الدور بعدها نضـع اسئلة لهذه التجزئة نضع إجابات افتراضية كنتائج محتملة اولية كم قدمت لفهم كلمة الدور وكم قدمت لفهم كلمـة الانعكـاس ، وهذا معنـاه ان الاجابـات عن هذا الاسئلة هي نتـائج محتملة افهمتنا ما المقصود بالدور يعني الدور الموجود في العنوان وهو معناه هي وحدها تصلح لدراسة الدور لان هذه الاجابات اذا وضعنا على الانعكاس لن تعطينا فهم جيد ،

لدينا تعريف للدور وتعريف للانعكاس وتعريف للتأثير ومن ثم نقوم بتجزئة التعريف ونحول كل جزء الى اسئلة يجيب الباحث عنها ومن ثم نضع اجابات مقترضة للاسئلة بمثابة نتائج غير مختبرة ، وهي إجابات افتراضية ، هل هي اوضحت لنا ما الدور وهذا معناه ان الباحث نجح في تحويل المفاهيم إلى أسئلة ، هناك شرط رئيس وهو ان تكون هذه الإجابات التي أوضحت لنا معنى الدور لاتوضح الدور في موضوع اخر ولا توضح الانعكاس ولا التأثير؛ لانها تحقق هدف واحد .

سؤال / لدى تحليل المضمون واستمارة الاستبانة والمقياس هل يصلحن كلهن لدراسة المفاهيم (الدور والتاثير والدور والانعكاس؟) ام يصلحن في جانب وجانب اخر لا يصلحن ؟؟

ج/ ليس كلهن يصلحن لان هذه المفاهيم العلمية لها تعريف محدد ولديها استخدام داخل الموضوع ، الذي يستخدم ادوات لاتصلح لقياس المفاهيم هو في واقع الحال لايستطيع تحقيق الاهداف لان الاداة غير ملائمة ، توجد ضابطة حتى نختار الاداة وهي تعريف المفهوم والقضية الثانية هي المفهوم ضمن العنوان .

سؤال/ هل من الممكن ان تقوم اداتان بتحقيق دراسة المفهوم ام لا ؟؟

مثلا التعرض لبرامج الاسرة في الفضائيات العراقية وانعكاسه على القيم الاسرية في بغداد ، من الممكن ان نستخدم اداتين ؟ للتعرض نستخدم استمارة الاستبيان وللانعكاس مقياس، هل نستطيع ان ندمجهن في استمارة واحدة ام لا ؟؟

ج/ فيما لو تمت تجزئة الاسئلة والاهداف على الاداتين يجوز ذلك (تكون اداتين متداخلتين) اما اذا لم تجزأ لا يجوز ذلك ، وعلى الباحث ان يقول في وصف الاجراءات انه استخدم اداتين .

الضـابطة اذا كـان باحـث يـدرس دور ولديـه اسـتمارة موضـوعة لدراسـة الـدور عليه ان يضع تعريف لمفاهيم اخرة كأن يضع تعريف للانعكاس او التاثير ويدرس فيما لو وضعت اجابات على الاستمارة هل ستحقق المفهوم الجديد ام لا ، ومستوى الفرق بينهم هو مستوى الخلل وهو مستوى تشتت الباحث مثلا لدي ٤٠ سؤال خرجت بالدور ٢٠ تحقق الانعكاس معناه ان نسبة تشتت قراءاتي هي كنسبة ٢٠ – ٤٠ ، يجب ان تكون النسبة صفر للمفهوم الاخر ، ولا يمكن ان تجد أي سؤال يحقق الانعكاس، اذا يجب ان تحقق كل الأسئلة الدور لماذا ؟ ، لان معناه وجود أي سؤال يحقق مفهوم اخر يعني الجداول خطأ والنتائج خطأ ومعناه ان بعض الأهداف لم تحقق .

إشكاليات تطبيق مفاهيم التعرض

تبقى قضية المفاهيم في بحوث الجمهور عرضة لتأويلات عديدة من خلال الآتي :

١. عدم الاتفاق على تعريفات محددة لها .

٢. يصعب على الباحثين في الغالب تحويلها إلى أسئلة او عبارات في مقياس لبحثها .

ولذلك التصدي لموضوع مهم مثل هذا يحقق فائدة في كشف الخفايا عنها ويوضح اليات ومقترحات لمعالجة الخلل المحتمل فيها .

*** مفاهيم بحوث الجمهور**

هنالك ثلاثة مفاهيم لبحوث الجمهور كما تشير الادبيات والخبراء الى الآتي :

١. التعرض .

٢. المشاهدة (التلقي) .

٣. المتابعة .

- ويقوم مفهوم التعرض على المؤشرات الاتية :

١. القصدية بمعنى التعمد في اختيار مضامين بعينها .

٢. الهدف منه اشباع الحاجات والرغبات .

٣. اختيار توقيت ومضمون معين .

- أما مفهوم المشاهدة (التلقي) فيقوم على:

١. غير قصدي

٢. غير محدد مسبقا (التوقيت والغاية والمضمون) .

- اما المتابعة فتقوم على المؤشرات الاتية :

١. تكرار التعرض اراديا .

٢. بهدف اشباع الحاجات او الرغبات او الاهتمامات .

٣. المرتكز الأساس له الميول المختلفة .

٤. يحقق تاثيرا اكثر من غيره .

*** الادوات الخاصة في دراسة مفاهيم بحوث الجمهور :**

هنالك عدة ادوات تستخدم في دراسة المفاهيم التي ذكرناها وهي :

١. التعرض ونستخدم معه استمارة الاستبانة والمقابلة والملاحظة ، لانه يرمي الى كشف الحقائق وتوصيفها وتكميمها (تحويل الاجابات الخاصة بالجمهور الى ارقام ذات دلالة) .

٢. المشاهدة ونستخدم معها استمارة استطلاع اولية لان الغاية منها تحديد مؤشرات اولية بسيطة غير مؤثرة في بناء نتائج نهائية على الجمهور المدروس .

٣. المتابعة ونستخدم معها المقياس لانه يقوم على دراسة التاثير والتفاعل من خلال العلاقة الارتباطية بين ظاهرتين او صفتين لدى الجمهور المعني بالدراسة .

*** ملاءمة الادوات المستخدمة لدراسة المفاهيم واساليب التحقق .**

في ضوء ما ذكرنا من ضرورة ارتباط الادوات المستخدمة مع المفاهيم نتخذ الاجراءات الاتية للتحقق من ملاءمة الادوات للمفهوم .

١. يجب ان تحقق اداة واحدة دراسة المفهوم وحدة ولا يجوز ان تحقق اداتان دراسة للمفهوم نفسه اذ يفترض الا تحقق الا اداة واحدة دراسة مفهوم واحد للخروج بنتائج صحيحة وقابلة للفهم والتعميم .

٢. تحديد تعريف للمتغيرات ومقارنته بالاسئلة او الفروض والاهداف وتحديد الاداة الملائمة لكل من تعريف المتغير وتحقيق الاسئلة والفروض والاهداف.

٣. يجب ان تكون النتائج المتحصلة لها علاقة بايجاد فهم لمتغيرات العنوان وعندها اذا تطابقت النتائج مع مفاهيم العنوان كانت الاداة صحيحة الاختيار والاستخدام .

*** ابرز مشكلات دراسة المفاهيم في الاذاعة والتلفزيون :**

يمكن من خلال مراجعة عدد من الرسائل والاطاريح الخاصة ببحوث الاذاعة والتلفزيون تحديد الاشكاليات والاتية :

١. استخدام المعلومات الشخصية للمبحوثين دون الحاجة الى ايرادها في العلاقات الارتباطية للبحث في البحوث المعنية بالمقياس .

٢. يورد الباحثون اسئلة فيها خلط بين التعرض والمشاهدة والمتابعة . في حين ان موضوعه يستوجب منه التأكد من استخدام المفهوم الملائم في اسئلة الاستمارات الموزعة على الجمهور .

٣. يزج بعض الباحثين اسئلة تتعلق بمقترحات المبحوثين حول الموضوع في حين ان اسئلة مثل هذه ليست محلها الاستمارات ولا تقدم شيئا لدراسة المفهوم الخاضع للدراسة .

٤. هنالك بعض الباحثين في آلية العرض . في حين الأسئلة تتعلق برأيه في التعرض وهنا الاسئلة لاتحقق دراسة للمفهوم كما ينبغي .

٥. هنالك خلط لدى الباحثين بين استمارة الاستبيان والمقياس فبعض اسئلة الاستبانه واخرى مقياس .

٦. بعض الاسئلة المستخدمة لايستطيع الجمهور المختار الاجابة عنها اما لكونها معلومات تفصيلية تقنية بعيدة عن اهتمامه او لان العينة لم تكن متخصصة وملائمة لموضوع البحث .

٧. لاتلجأ بعض البحوث الى استخدام معاملات ارتباط تحقق في وجود الارتباط وانما تعتمد على اجابات المبحوثين مع عدم وجود وسائل تؤكد من مصداقيتها.

*** ولذلك والمهم هنا :**

١. من الضروري ان يتأكد الباحث من ان صيغة الاسئلة الموضوعة تحقق فهما لدى الجمهور موضوع البحث .

٢. التيقن من ان الادوات البحثية المستخدمة كانت ملائمة لموضوع البحث من خلال اخذ رأي الخبراء .

٣. تحاشي استخدام المفاهيم التقنية المتخصصة في الاسئلة عندما يكون الجمهور المبحوث عاما .

٤. ان استخدام المعلومات الشخصية يرتبط بضرورة ان يكون لها دور في العلاقات الارتباطية وبعكسه لاجدوى منها .

الادوات العلمية وانواع البحوث

فيما يخص انواع الدراسات يمكن ان نحدد :

١. بحث تحليلي

٢. بحث تطبيقي

٣. بحث مقارنة

٤. بحث تقويمي

هذا التصنيف سيساعدنا على وصف كيف سينجز التحليل على المشكلة موضوع البحث .

هل هناك ربط مابين الادوات العلمية وانواع هذه البحوث ام لا ؟

السؤال هنا اذا كانت مكونات الادوات العلمية على وفق الاجماع ثابتة التي هي السؤال في استمارة الاستبيان والفئة في تحليل المضمون والعبارة في المقياس) وعندما نستخدمها في هذه الانواع الاربعة تبني بطريقة واحدة ام بطرق مختلفة ؟

كل شيء فيه جانب ميداني وتطبيقي يسمى بحث وكل شيء نظري مكتبي يسمى دراسة ولذلك الاطار النظري نسميه دراسة بينما الاطار الميداني نسميه بحث ومن هنا جاءت هذه التسمية .

عندما نقول في البحث العلمي لدينا المنهج ولدينا الاداة ولدينا العينة واختيار هؤلاء يتم عبر مراحل في البدء نختار المنهج وبعدها نختار الاداة وبعدها نختار العينة ، هنا ما هي مهمة المنهج وما وظيفة المنهج ؟

المنهج بشكل عام له وظيفة ترتيب الاجراءات لحل مشكلة البحث ولذلك في علم الاجتماع يفرقون مابين المنهج والمنهجية ويقولون ان المنهج ليس الادوات ولا استخدام الادوات وانما الرؤية التي يوظف بها الباحث الادوات والعينة والاجراءات لتحقيق دراسة صحيحة للعينة .

كما تعرفون ان مرجعيتنا لعلم الاجتماع فما يقولونه ٩٠% ينطبق علينا .

الان كباحث لديك وظيفة المنهج اما وظيفة الاداة فهي تحويل المتغيرات الموجودة في العنوان الى نتائج ، لذلك أي بحث لم تتحول فيه المتغيرات الى نتائج معناه اما اننا لم نختبر الاداة الملائمة او لم نستخدمها بطريقة صحيحة .

اما مهمة العينة فهي توفير الظاهرة لكي تنجز عليها الاجراءات ، أي توفر المجتمع لكي تقيس الاجراءات عليه .

يجب ان يكون هناك ترابط في ناحية الاختيار مابين المنهج والاداة والعينة من ناحية تحقيق الاهداف .

نحن دائما نستخدم المسح وهو يعطي الفرصة لتعميم النتائج ولكننا عندما نطبق نظرية نستخدم عينة قصدية والعينة القصدية لاتعطينا فرصة لتعميم النتائج ولهذا اصبح لدينا تقاطع فكيف نحل هذا الاشكال ؟

لدينا رأي كلما تطبق نظرية تكون العينة قصدية ، لان في النظرية لدينا اليات وفروض ، فاللذين لايشاهدون لا نستطيع ان نختبر عليهم الاليات والفروض لذلك سنختار الذين يشاهدون ولذلك تكون قصدية .

في نهاية المطاف التقاطع او الخلل الموجود في استخدام منهج المسح مع العينة القصدية كيف نبرره ؟

منهج المسح يعطيك فرصة لكي يكون كل مجتمع البحث خاضع للدراسة، وللعلم لانستخدم المسح على وسائل الاعلام في الغالب لانه يصبح هناك خلط لدى الباحث مابين منهج المسح وما بين تحليل المضمون وهذا الخلط يقول الباحث اذا قمت بمسح الوسيلة الاعلامية معناها انني استخدمت تحليل مضمون ، لهذا نقول له ان النتائج النهائية التي ترتب عليه البحث كان على (منهج المسح ام تحليل المضمون)؟ على ايهما ترتبت عليه النتائج اكثر يكون هو المنهج ، وهنا لانحاسب الباحث لان الذي يهمنا هو تطبيق الاجراءات بشكل صحيح وليس توصسف الاجراءات .

قلنا حتى يكون البحث جيد يجب ان يكون هناك توافقية في الاختيار ما بين نوع المنهج ونوع الاداة ونوع العينة ، لذلك كيف نعرف ان هناك توافقية فيما بينهم ؟

ج /فيما لو جميعهم في تلك اللحظة حققن هدف البحث معناه هناك توافق فيما بينهم .

١. **البحث التحليلي** : هو تجزئة المضمون الى مؤشرات اولية والبحث عن بديهيات نقارن بها هذا المؤشر لكي نحولها الى نتائج . كونها ستعطينا دلالة . مثلا قليلوا التعرض ، متوسطوا التعرض ، كثيفوا التعرض .

عندما نجمع اجابات الجمهور نقوم بتجزئتها ، والساعات الموجودة في الفئات نحولها الى (قليلوا التعرض ، متوسطوا التعرض ، كثيفوا التعرض) وهذه بديهية .

في المختبرات عندما يستخرجون قطرة دم يجزؤنها فيصلون الى نقطة محددة تقاس على ضوئها نسبة السكر مابين سبعين الى مئة وعشرين وهي بديهية للانسان السوي ويبدأون بالمقارنة معها عند ذلك ستعطيهم دلالة ان اقل من سبعين سيقولون ان الشخص لديه انخفاض في السكر واذا اكثر من ١٢٠ مريض .

لكن في الاعلام توجد بديهيات متجزئة وليست كاملة تكون لدينا اجتهادات في كثير من البحوث .

وهناك مشكلة في البحث التحليلي عندما نجزء الاجابات لاتوجد بديهيات نقيس بها حتى نخرج بدلالات فنلجأ الى الاجتهادات الشخصية .

هل نستطيع ان نقول ان الاسئلة والاهداف في الجدول الفلاني كان فيها خلل والاسئلة الاهداف في جدول اخر لايوجد خلل ، السؤال كيف نستطيع ان نكتشف الخلل؟ عندما تكون لدينا اسئلة واهداف يفترض ان الاسئلة والاهداف تتحول الى نتائج بالكامل ، ولدينا نوعان من النتائج ، نتائج متطابقة ونتائج مشتتة ، الهدف هو معرفة الفضائية يتابعها الجمهور النتيجة المتطابقة هي العراقية ، لكن عندما نقول النتيجة كانت العراقية والعهد وافاق تكون النتيجة مشتتة لانك لم تحقق الهدف ١٠٠% لاننا نريد فضائية واحدة يتابعها الجمهور وليس سلم من الفضائيات، معنى ذلك انه يمكن ان تخرج لدينا اهداف مشتتة وتحول الهدف الى نتيجة لكن هناك خلل في تحويل الأهداف الى نتائج لكي نعبر على ان الجدول كانت ناجحة ١٠٠% فهذا ليس الأسلوب الأمثل . فما هو الأسلوب الأمثل ؟؟ الأمثل هو اننا نحتاج إلى بديهيات نقيس عليها واذا لم تتوفر البديهيات ماذا نفعل ؟ نلجأ إلى الأسلوب الأتي : اذا كانت لدينا دراسات خرجت بنتائج معتبرة ونحن على ثقة من صحة هذه الدراسات ونرى بانها قريبة من مجال تخصصنا وقريبة من موضوعنا ونتيجة بحثنا يمكن ان نعتد بنتائجها كبديهيات ما لم تناقضها نتائج بحوث بمستواها من الثقة .

٢. **البحث التطبيقي** : معناه يوجد لدينا انموذج مثالي تقاس على اساسه الظاهرة. من اين اتى النموذج المثالي ؟ وكيف يبنى ؟ وكيف نتحقق من صحة بنائه ؟ وصحة انطباقه على الموضوع ؟

مثلا لدي الاعداد والزمن والضيوف وعندما قمت بتطبيقهن على برنامج من قال ان تطبيقي لهذه المفردات على هذا البرنامج كان صحيحا ؟

ج/ هناك وصف الفئات وهناك قضية وجود الفئات ، مثلا انا وصفت الباب وقلت ان طوله كذا وعرضه كذا ، لكن الباب موجود ام لا هذا شيء اخر . على الباحث ان يخوض بالتجربة عليه ان يتاكد من هاتين القضيتين .

السؤال / وصف الباب ممكن لكي كيف نثبت ان الباب موجود ؟؟

مثال/ عندما ابحث عن تعرض الجمهور لقناة عراقية ، اقوم باعداد استمارة اولية للجمهور اقوم بطرح اسئلة فيها عن البرامج التي تعرضها العراقية من دوم ان اشير للجمهور في الاستمارة بان هذه البرامج في العراقية فاذا قال اشر الجمهور على تلك البرامج الموجودة في العراقية حينها تاكدنا من انهم يتعرضون وان الظاهرة موجودة لديهم.

جمهور الراديو في العراق ومقارنته بدول عربية

تبقى اهمية الاذاعة كونها وسيلة اعلامية مرتبطة في مدى ما تقدمه للجمهور ، ومدى قاعدة الاستماع لها بين الجمهور .

تقوم فكرة هذه الورقة على معرفة :

١. من يستمع للراديو في العراق .

٢. الى اي مدى يتطابق ذلك او يختلف مع بعض الدول العربية .

مؤشرات مهمة :

لابد من القول ان قلة الدراسات عن الاذاعة في العراق لا يقدم تصورات علمية واسعة من الممكن ان يعتمد عليها الباحث ، لكنه يقدم مؤشرات مهمة ويساعد الباحثين فيها وجود دراسات عربية وامكانية المقارنة بين الجهتين . وقد تم الاستعانة بدراسات عن الاستماع للاذاعة في العراق والبحرين ومصر ومدى متابعة مضامينها.

اولاً : مؤشرات عن العراق :

١. الفترة الصباحية من الساعة (٦-٩) صباحا يستمع لها (٦٨%) ولكن لاذاعات اجنبية .

٢. اذاعة سومر (F.M) يتابعها (٦٦%) .

٣. اذاعة دجلة يتابعها (٤٥%) .

٤. اذاعة الرشيد يتابعها (٢٥%) .

٥. يستمع الى الاذاعة (٧٣%) من الجمهور في السيارات .

٦. يفضل (٧٦%) من الجمهور متابعة المضامين الاذاعية التي تعني بالقضايا السياسية.

ثانيا : مؤشرات عن مصر :

١. (٢٨%) من الجمهور المصري يتابعون الاذاعات .

٢. (٧%) يتابعون اذاعات عربية فيما (٢٧%) من الجمهور يتابعون اذاعات اجنبية .

٣. (٨٩%) من الجمهور المصري يفضلون الاستماع لاذاعة القرآن الكريم ، فيما (٦٩%) يفضلون الاستماع لاذاعات المنوعات والاغاني ، و(٦٨%) يفضلون متابعة الاخبار .

٤. الفترة المفضلة للاستماع للاذاعات من الساعة (٧- ٩) صباحاً .

ثالثاً : مؤشرات عن البحرين :

١. (١٨%) من الشباب الجامعي يتابعون اذاعة سوا .

٢. (١٠%) من الشباب الجامعي يتابعون اذاعة الـ(BBC)

٣. وعن فترة المتابعة (٤٩%) من الشباب الجامعي يتابعون اقل من (٣٠) دقيقة يومياً .

في ضوء ما ذكرنا يمكن ان نحدد الآتي :

١. في العراق يتم التركيز على الاذاعات الترفيهية .
٢. الفترة الصباحية تؤكد اهتمام الجمهور بالمضمون غي المحلي .
٣. اما القضايا السياسية فهي حاضرة لدى الجمهور العراقي .
٤. تقريباً ربع الجمهور المصري يتابع الاذاعات وهي نسبة متواضعة للمتابعة في ظل الاهتمام بباقي وسائل الاعلام ، ما يعني تراجع الاهتمام بالاذعة لدى الجمهور .
٥. زيادة الاهتمام بالاذاعات الاجنبية قياساً بالاذاعات العربية ، مما يعني حضور المضمون الاجنبي لدى الجمهور .
٦. في البحرين نصف الجمهور تقريباً يتابعون اقل من نصف ساعة ، ما يعني ان الاهتمام بالاذاعة غير مهم
٧. اهتمام الجمهور البحريني باذاعتي (سوا – BBC) يؤكد تراجع الاهتمام بالاذاعات المحلية والعربية .

نتائج

١. تراجع اهتمام الجمهور بالاذاعات العربية وتوجهه الى الوسائل الاخرى الاكثر تور تكنلوجيا لا سيما مواقع التواصل الالكترونية .
٢. زيادة اهتمام الجمهور بالمضمون الترفيهي .
٣. القضايا السياسية العربية بعيدة عن اهتمام الاذاعات العربية .
٤. تقدم بطيء لكنه غير واضح مقارنة بالاذاعات الاجنبية .

ولذلك ينبغي هنا ملاحظة الآتي :

١. ضرورة توسيع قاعدة دراسة مضامين الاذاعات العربية . وقيام القائمين على وسائل الاعلام التقليدية بما فيها الاذاعة بتطوير اساليبها وخدماتها ومتابعة التحديث المستمر بما يواكب العصر الذي يتسم بالتفاعلية واللاتزامنية في ظل التسابق الاعلامي لامتلاك تكنلوجيا الاعلام الحديثة وخاصة بعد ظهور الاعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي الذي يسعى لتقديم معظم خصائص ومميزات الرسائل الاعلامية التقليدية في وسيلة اعلامية تفاعلية واحدة فقط وهي شبكة الانترنت وما تقدمه من خدمات اعلامية متنوعة ومميزة اضافة الى العمل على استثمار مواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من خدماتها المتجددة في خدمة قضايا الامة العربية السياسية والاجتماعية والثقافية والرياضية وغيرها .

٢. ان ابقاء وسائل الاعلام التقليدية كما هي دون مواكبة الاتجاه العالمي لتوفير خدمات اعلامية متكاملة تضم من خلالها خدمة الانترنت سيحرمها من نسبة كبيرة من مصادر دخلها المعتمدة على الاعلانات والاشتراكات بشكل تدريجي الذي ربما يؤدي الى اغلاق بعضها ، لذا لابد من التكامل والترابط بين هذه الخدمات الاعلامية بحيث تطور الوسائل التقليدية نفسها بشكل يضم في طياته استخدامات هذه تكنلوجيا الانترنت وتكون هناك علاقة تكاملية ويتبادل كل نوع خبرات وايجابيات الاخر .

٣. انشاء اقسام خاصة في الكليات والمعاهد العربية لاختصاص الاذاعة لتطوير المهارات بقصد كسب الجمهور .

٤. الاهتمام بدراسة جمهور الاذاعات العربية وخصائصها واتجاهاتها ومتطلباتها لتحديد فرص النجاح بين باقي وسائل الاعلام .

دراسات جمهور الاذاعة في العراق

ملاحظات منهجية

تبقى الاذاعة برغم ظهور الفضائيات ومواقع التواصل ذات وجود لدى الجمهور . ويوجد في العالم اليوم (٢٥) الف محطة اذاعية في العالم وفي الولايات المتحدة وحدها هناك (١٠) الالاف محطة اذاعية ..

وفي العراق اجازت هيئة الاتصالات (٥١) محطة اذاعية فيما لدينا (٨٤) قناة فضائية او اكثر.

وبرغم ذلك فأن الدراسات في العراق تركز على الفضائيات وتهمل الاذاعات .

ادوات البحث في بحوث الاذاعة :

في الغالب يركز الباحثين على تحليل المضمون كأداة مفضلة وهنا تواجه الباحث مشكلة في :

١. تحديد العينة .

٢. تحديد فئات التحليل .

٣. تحديد وحدات التحليل .

وفي الغالب فأن العينة المختارة تركز على الاذاعات الرسمية وتهمل الاذاعات الحزبية والمستقلة، دون ان تكون هناك دراسة استطلاعية لمعرفة من يتابع من الجمهور ومن لا يتابع ، وبذلك فأن العينة تكون غير ممثلة لباقي الاذاعات .

وفي تحديد الفئات فأن الباحث لا ينجز دراسة مبدئية لمعرفة تواجد الفئات في العينة ام لا .

كما ان تحديد الوحدات يخضع لمعايير ذاتية لدى الباحث وليست موضوعية ، وفي الغالب تدرس نشرات الاخبار دون باقي البرامج في حين إن من يقرر ذلك متغيرات العنوان .

اما فيما يخص استخدام استمارة الاستبيان ، ففي اكثر الاحيان تركز الاسئلة حول الرأي في حين ان المطلوب ان يتم التركيز على اسئلة الوقائع .

ويكون الجزء الاول من الاستمارة مخصص للاسئلة الشخصية . وفي الغالب لا تكون هناك علاقات ارتباطية بين هذه المعلومات واسئلة اخرى ، فيكون استخدامها غير مجدي .

وعندما تكون العينة قصدية ، ما جدوى استخدام جنس المبحوثين وحسابه في التكرارات .

وتؤكد وزارة التخطيط ان اي بحث يجب ان تشكل نسبة النساء فيه (٣٠%) من العينة ، وهذا لا يتحقق على ارض الواقع .

اما المقياس فأن الباحث في بحوث الاذاعة يعُد اسئلة لا تحقق متغيرات العنوان وهو يفشل في اختيار نظرية ملائمة ، ومعنى ملائمة هنا ان تحقق اهداف بحثه .

كما يعجز عن تحويل فروض النظرية الى فروض بحث بطريقة صحيحة كما انه لا يختار وسائل احصاء ملائمة .

توجد لدينا مفاهيم كثيرة الاستخدام في بحوث الاذاعة :

١. انعكاس.
٢. علاقة .
٣. دور .
٤. تأثير .

ومن الطبيعي ان نستخدم مع (الانعكاس) معامل الاقتران اي ان توجد مؤشرات في الظاهرة وفق معامل الاقتران يظهر وجودها لدى المبحوثين .

اما العلاقة فنستخدم معها (كا٢) او معامل التوافق اي الى أي مدى تتوافق مؤشرات الظاهرة مع مؤشرات مجتمع البحث .

وعند دراسة الدور فنستخدم معه معامل الاقتران . اي الى اي مدى مؤشرات الظاهرة اقترن التغيير في مجتمع البحث باقترانه بها .

وفي التأثير نحتاج الى معامل الاقتران ومعامل التوافق وبتفسير بسيط هذه مؤشرات الظاهرة ، وهذه مؤشرات مجتمع البحث كيف تظهر وفق معامل التوافق والاقتران تأثير التغيير بها .

ولذلك ينبغي هنا تشخيص الآتي :

١. هنالك خلل لدى الباحثين في بناء الادوات .
٢. هنالك خلل في اختيار العينات .
٣. هنالك خلل في التحقق من صحة الاجراءات .

ويفضل هنا الالتفات الى الآتي :

١. عند اختيار نظرية للبحث على الباحث ان يعد استمارة في فروض النظرية وكيف تتحول الى فروض بحث وعرضها على الخبراء مع الاهداف لتحقيق نسبة من الاجماع العلمي عليها .
٢. عند تطبيق نظرية يفضل اعتماد عينة تسمى "عينة المتطوعين المؤهلين " ، وذلك بعرض استمارة اولية عليهم ومعرفة مدى تطابق ما يملكون من مؤهلات على متغيرات البحث الذي يسعى الباحث لعمله .
٣. تطبيق معادلة الخطأ في العينة في الاسئلة المهمة وذلك للوصول إلى نتائج اقرب إلى الدقة :

$$P = \sqrt{\frac{P(100-P)}{N} \times Z}$$

حيث P = النسبة التي تخرج لدى عينة في سؤال

N = عدد العينة الكلي

Z = عندما يكون مستوى الثقة (95 %) ، تكون (Z) ، (1,9) في الغالب

٤. الغاء عرض الاستمارة على الخبراء والبديل ان يضع الباحث مجموعة تعريفات للمتغيرات في عنوانه ، وتعريف مفاهيم اخرى .ثم يحدد في جدول الاسئلة الى اي متغير تنتمي وعندها يحتاج خبراء لمعرفة مدى ملائمة الاسئلة للمتغيرات ، فأذا كانت نسبة الاسئلة الموجودة (٩٠%) فما فوق فالاسئلة صحيحة وبعكسه لا .

٥. تطبيق معادلة خط الاتجاه المستقيم لمعرفة مستقبل تعرض جمهور الاذاعة لسنوات مقبلة في ضوء نتائج بحوث معتبره لسنوات سابقة

السؤال في استمارة الاستبانة

السؤال / ما وظيفة الاستبانة وما مهمة الاسئلة ؟

ملاحظة / طبعا هناك فرق بين الوظيفة والمهمة .. فالوظيفة دائمة والمهمة مؤقتة لذلك نقول ان للاستبانة وظيفة وللسؤال مهمة .

سؤال / ما وظيفة الاستبانة ؟

من خلال هذا التوصيف يبدو لنا اننا مرة نقيس سلوك اتصالي ومرة نقيس راي . وينبغي ان يكون السؤال مكيف بطريقة يوضع للبحث عن سلوك يختلف عندما يوضع للبحث عن راي .

- نحن ننصح في البحوث التي تتعلق بالسلوك الاتصالي ان يتم استخدام اداة الملاحظة وهنالك بحوث باكلمها في علم الاجتماع مبنية على الملاحظة ولذلك من تحديدنا لوظيفة الاستبانة قلنا ان الاستبانة اما يبحث عن وجود ظاهرة عند الجمهور او عن حجمها وفي المقاييس يبحث عن علاقات الظاهرة .

- اول مهمة للسؤال هو يجب ان يحقق الوظيفة ، بمعنى عندما نضع السؤال في استمارة الاستبانة يجب ان يحقق الوظيفة ، أي ان تعرف ما مديات الظاهرة وما متغيراتها ، فعندما نبحث عن وجود الظاهرة معناها اننا نبحث عن راي او سلوك اتصالي ؟

مثلا اننا نبحث عن ظاهرة تعرض الجمهور العراقي للقنوات الاخبارية ، بمعنى ان الجمهور كيف يتعرض للقنوات الاخبارية ، في البداية يتعرض لها ام لا وكم هو حجم التعرض ؟

السؤال / هنا عندما نقيس ظاهرة مثل هذه فاننا نقيس راي ام سلوك اتصالي؟؟

قبل الاجابة يجب تحديد ما الذي نعنيه بالراي وما الذي نعنيه بالسلوك الاتصالي ؟

سؤال / لدينا راي ولدينا موقف ولدينا سلوك اتصالي ولدينا اتجاه ما هو الفرق بينهن؟

السؤال/ السلوك الاتصالي نعرفه عن طريق سؤال ام نحن بحاجة الى الملاحظة ؟

السلوك الاتصالي لطلبة الدكتوراه حول البرامج السياسية مثلا من دون ملاحظة ونعد استمارة استبيان فيها مجموعة اسئلة ، هذا السؤال كيف يتم تكييفه لتحقيق هذا الهدف مثلا عندما نسال شخص عن قضية يجب ان يكون السؤال مقصود يحقق هدف محدد إذ يجب ان يعطينا في نهاية المطاف معلومات عن السلوك الاتصالي للمبحوثين . فهل نعمل على صيغة سؤال عن واقعة مثلما نريد ان نسال عن راي ؟؟ هنا الضابطة تقول انني عندما اوجه السؤال ستاتيني هذه الاجابات فيما لو استخدمت الملاحظة ستاتيني نفس الاجابات .

كيف نعرف اننا نقيس سلوك اتصالي ام لا

ج/ افضل طريقة لقياس السلوك الاتصالي هو عن طريق الملاحظة ولكننا في الاستبيانات احيانا نتنازل عن استخدام الملاحظ باستخدام السؤال ولذلك أي سؤال يتم وضعه لقياس واقعة لا نستطيع ان نستخدمه بالملاحظة معناها انه تم وضعه خطا .

سؤال / كيف نتيقن ان السؤال الذي تم وضعه وضع لتحقيق مهمة ؟

ج/ انت كباحث وزعت استمارة فيها اسئلة على مجموعة من المبحوثين اجابوا الاسئلة التي تعيد اختبارها مجددا هي الموضوعة لقياس وقائع وليس اراء ، نفس المضامين قمت كباحث بتوجيه اسئلة وخرجت النتائج ، تاخذ نفس المضامين لتلاحظها على العينة نفسها يفترض ان تخرج بنفس النتائج .

- يفضل دائما ان تناقش الاستبيانات وقائع لانها تستبين الواقع . ولا تستبين الاراء لكننا لا نمنع من استخدام اسئلة الاراء في الاستبيانات بشرط ان تكون غالبية الاسئلة لقياس الوقائع حتى تتحقق الاهداف .

سؤال/ كيف نتيقن من صدق اجالة الجمهور على السؤال ؟

هناك طرق في علم النفس وعلم الاجتماع لا نعمل بها ، الطريق في علم النفس هو وضع جزء من الاسئلة اللاحقة تسمى (اسئلة التيقن) يعني موقف مر به كل الناس ويتم سؤال الشخص واذا كانت اجابته بـ (لا) عندها تتاكد انه يكذب وتهمل استمارته ، وهذا لا يطبق لدينا لان موضوعاتنا لا تتقبل هذا الطرح .

في علم الاجتماع مثلا يقومون بقياس نسبة الغيابات لدى الطلبة وعندما تعطى له السجلات يبدا الباحث بالمقارنة ما بين القوائم وبين ما قاله المبحوثون فيكتشف مدى صدق اجابتهم ن وهذا ايضا لا يطبق لدينا كبحوث اعلام .

ج/ لدينا مفصل واحد هو طرح سؤال مفتوح للجمهور مثلا تساله أي المصادر المدرجة تابعت من خلالها اخبار الموصل ؟ وسيجيب بكذا وكذا وكذا وبعد اسبوعين نجتزا جزء من العينة ونقوم بوضع الاجابات المفتوحة بسؤال مغلق مثلا في أي من هذه المصادر تابعن اخبار الموصل ، فاذا قام بالتاشير عليها معناها كانت اجابته صحيحة وبالعكس ، وينبغي ان تكون المدة متقاربة كشرط اول والشرط الثاني ان يكون هؤلاء الذي انجزنا عليهم اعادة الاختبار هم جزء من اولئك الذين سيكونون جزء من العينة الاولية والشرط الثالث ينبغي ان تكون نسبة التوافق اكثر من ٨٠% ، وهنا انصح الباحثين باستخدام هذه الطريقة قبل تحليل الجداول .

هنالك سؤال / كيف اتيقن من انهم اجابوا عن السؤال الاول بصدق وكيف اتيقن انهم اجابوا على السؤال الثاني بصدق وكم هو المقدار المسموح من التيقن حتى احسم الموضوع ولا الجا للتيقن مجددا ؟

هنا يفضل ان تكون الاسئلة التي يعاد الاختبار بها للتيقن لها علاقة صميمية اما باختبار الفروض او بتحقيق الاهداف .

ملحوظـة/ اذا كانـت الاجابـة عـن سـؤال معـين مكونــة مـن ٨٠ شـخص مـن مجمـوع ١٠٠ ينبغـي ان احسـب نسبة الاجابـة علـى الـ ٨٠ ولـيس علـى الـ ١٠٠ لانني قمت بالحساب على عدد الاجابات مـع وضـع فـي الجدول اشـارة بان هؤلاء الـ ٢٠ لم يجيبوا.

ينبغـي ملاحظـة/ انـت كباحـث تضـع خطـة اوليـة قبـل الشـروع بكتابـة البحـث وتسمى خطـة جمـع المعلومـات إذ ينبغـي الا تكـون هـي الخطـة نفسـها التـي فـي ضوئها تتم الكتابـة . فاذا لـم تتغيـر الخطـة لاحقا معناهـا ان قراءتك كباحـث لـم تكن مضبوطة لان القراءة يفترض بها زيادة معلوماتك حول المتغيرات تدفعك لايجـاد مؤشـرات جديـدة تبـدا بالقيـاس عليهـا وهـذه المؤشـرات يجـب ان تكـون بالاطـار النظري ، فبعد القراءة اذا اعتمدت علـى الخطـة نفسـها التـي بـدات بهـا معناها ان قراءتك لم تكن مثمرة .

سؤال / كيف اتيقن من ان الاجابة تمت بصدق عن السؤال الثاني ؟

فـي علـم الاجتمـاع يقولـون مـن الممكـن ان يكـون هنـاك تـدرج بالاسـئلة مـن المواضيع العامة الى الخاصة وهناك راي اخر يقول بان توضـع الاسئلة السـهلة وبعدها الاسئلة الصعبة .

سؤال/ البيانات الشخصية للمبحوثين الى أي مدى مهمة في بحوثنا ؟

اذا كان لدينا اختبار فروض ومهمة نضعها ، واذا لا توجد لـدينا اختبـار فـروض وليس فيها دلالة يتم رفعها .

هناك اشكالية تطرح وهي فيما لو اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي من قال ان هذه البيانات صحيحة . وكيف نتيقن من ان فلان من الناس عندما اجاب كان صادقا ؟ وهل لدينا وسيلة عملية نتيقن من خلالها بان فلان قد ذكر اجابات بشكل دقيق وصحيح حتى يتم الاعتماد عليه في الحث ؟

ينبغي ان يكون فهم السؤال وتحد من الشباب وحتى الرجل الكبير في السن ، ولا باس ان تكون اجاباتهم مختلفة لاننا نريد ان نكتشف الفروق الفردية فيما بينهم .

يجب ان يحمل السؤال الفهم نفسه عند المبحوثين والفهم نفسه بين المبحوثين والباحث .

سؤال/ في بعض احيان يجيب المبحوثين على وفق قناعتهم واحيان اخرى يجيب المبحوثون على وفق تمنياتهم فكيف هو الحل ؟

في بعض الاحيان نقول للمبحوث انك تشاهد البرامج السياسية فيقول نعم لانه يشاهدها ، ومرة يقول نعم لانه يتمنى مشاهدتها . وهنا عندما نتيقن من ان الاجابة بنيت على التمني لا نبني نتائج ولا نضعها حتى في جداول . مثل الكتاب الذي نقراه ولا نفيد منه لا يحق لنا ان نضعه في قائمة المصادر لانه لم يعطيك فهما لمتغيرات العنوان فلا يعد مصدرا لك .

ولكن / اذا كان سؤالك عن الراي فلا ضير من ان يجيب المبحوث على وفق التمني ولكن في الوقائع لا يسمح له بذلك .

العبارة في المقياس

السؤال/ عل العبارة في المقياس تؤدي وظيفة الفئة غي تحليل المضمون والسؤال في استمارة الاستبيان ام ؟

ج/ يفترض في العبارة في المقياس وفي السؤال في استمارة الاستبانة والفئة في تحليل المضمون ان تؤدي الوظائف نفسها ولكن لديها مهمات مختلفة .

سؤال/ لماذا تؤدي الوظائف نفسها ولماذا لديها مهمات مختلفة ؟

ج/ هي تؤدي الوظائف نفسها لانها جزء من ادارة عملية تحول الهدف الى نتيجة وهذه هي الوظيفة الرئيسية (السؤال والفئة والعبارة) ولهذا قلنا يجب ان يكون هناك ترابط صحيح بين الهدف والنتيجة لذا على الباحث ان يدقق كم تحقق من الاهداف وفي اية نتائج ولا نقصد بتحقق الاهداف ان تاتي كلها ايجابية مثل قضية الفروض وانما اختبار هذه الاهداف ، لذلك في نهاية المطاف اذا ظهر لدينا ان عددا من الاهداف غير متحققة في النتائج معنى ذلك ان هناك خلل في بناء الاداة . لذلك اذا اردت ان تعرف ان اداتك بنيت بطريقة صحيحة ام لا ؟ احسب كم تحقق من الاهداف في النتائج فستعرف ان نسبة التحقق يشير الى نسبة صحة بناء الاداة وايضا الخطا في بناء الاداة ، فاذا كان لديك اربعة اهداف وتحقق منها ثلاثة اهداف معناه ان صحة بناء الاداة كانت ٩٠% ونسبة الخطا ١٠% .

السؤال/ كم هي نسبة الخطا المسموح بها عند بناء الاداة ؟

ج/ يجب الا تكون نسبة خطا نهائيا لان كل نسبة خطا معناه ان هناك هدف لم يحقق ولاسيما والبحث قائم على تحقيق الاهداف .

سؤال/ الباحث في نهاية المطاف اكتشف ان عددا من الاهداف لم تتحقق معناه ان هناك خلل في بناء الاداة ما الذي يفعله ؟

ج/ هناك احتمالين اما ان النقص هو ان الباحث لم يستكمل الاهداف ، والاحتمال الثاني قد يكون ان النتائج اكثر من الاهداف .

سؤال/ هل يجوز للباحث في نهائة المطاف ان يعدل في صياغة الهدف ام لا؟

بمعنى اذا كان الكاتب قد كتب خصائص الجمهور يظهر لديه فقط (العمر – الجنس) هل يجوز رفع الهدف ويعدل الخصائص ويقول معرفة جنس وعمر المبحوثين من دون ان يذكر الخصائص ، يستطيع الباحث ام لا ؟

ج/ لدينا جانبين ، جانب اخلاقي وجانب اجرائي :

الجانب الاخلاقي : هو اساسا هذه المعلومات التي ظهرت لديه اخلاقيا يستطيع الباحث ان يكيفها حتى تتحقق اهداف بحثه ام لا .

والجانب الاجرائي : لديه اداة اقرت من قبل الخبراء واختبرت في الدراسة الاستطلاعية واختبرت بشكل نهائي ولكنها لم تتحقق له الاهداف بمعنى ان هذه الاداة لم تستطع ان تحول الهدف الى نتيجة .

اذا كان لدى لدى الباحث استمارات وفيها اجابات المبحوثين واجابات المبحوثين لم تحقق الهدف ، هنا معناه ان هناك نقص في فهم المتغيرات في العنوان والدراسة اصلا قائمة على فهم متغيرات العنوان .

والسؤال هنا/ هل وضع الباحث اهدافه على الورق ام بقيت في باله ؟

هل هناك شرط ملزم للباحث ان يضع توصيف لاجراءته على الورق ام لا ؟

هنالك شيء مهم / مسالة معرفة الاجراءات لا تعني كتابتها ..

وكمثال / احيانا نصل للبيت من دون ان نعرف أي الطريق سلكنا ، لذا كل الطرائق التي مررنا بها لم يكن فيها معوق ، خصوصا من في باله ان يصل ، لكن هناك سائق اخر ينتبه للطرق، لذا هل معرفة الطريق كان شرط للوصول الى البيت ام لا؟ نعم شرط لكن الانتباه ليس شرطا ، لذا هل الباحث مفروض عليه ان يكتب كل الاهداف والمشكلة والاداة ام يحتفظ فيها في باله ؟

ج/ يفضل ان يكتب الباحث الاجراءات على الورق بالكتابة من باب التفضيل وليس الالزام .

العبارة في المقياس يجب عندما توضع ان تعبر عن علاقة ارتباطية او جزء من علاقة ارتباطية وهذه المهمة تختلف عن مهمة السؤال في استمارة الاستبيان والفئة في تحليل المضمون .

السؤال في استمارة الاستبيان والفئة في تحليل المضمون والعبارة يشتركون في مهمة رئيسية في البحث الكمي هي تحويل المضمون الى رقم .

لديك اجابات مبحوثين ومضمون رسالة اتصالية ولديك عبارة يجيب عنها المبحوثون اما بالصحة او الموافقة، هناك ملاحظة واستشكال في قضية الاختبار في العبارات، في الغالب اننا نستخدم (موافق – غير موافق) لكن في واقع الحال ان الجمهور يجيب بـ (ملائم – غير ملائم) ، مثلا هذه الغرفة لو ابدل لونها سنسال من فيها هل توافقون على ابدال لونها ام لا ؟ البعض موافق ولكن لو كان لون اخر لكان اكثر ملائمة ، لذا هنا الفرق بين الموافقة والملائمة ، الموافقة تتعلق برغبة المبحوث لكن الملائمة تتعلق بمدى القناعة ان هذا التغير يوافق سلوكي او لا يوافق سلوكي .

العبارة في المقياس مرة تمثل سلوك ، ومرة تمثل موقف ، في قضية صياغة العبارة على السلوك المبحوث يجيب اما بالقيام بالسلوك او انه سمع به من قبل ، والقضيتين ينبغي ان يكون لكل منهما موقف يختلف .

انا اذا مررت بتجربة ساجيب بثقة كبيرة لكن اذا كنت قد سمعت بها فقط ستكون قناعتي غير كاملة .

نحن كباحثين كيف نتيقن ان المبحوث قد اجاب من خلال تجربة مر بها تجربة سمع بها ؟

وكباحثين الافضل ان تكون اجابات المبحوثين من خلال سلوك مر بهم ام تجربة سمع بها ؟

ج/ طبعا سلوك مر بهم .

السؤال / هل نستطيع ان نفرز الاجابات التي كانت عن سلوك ام تجربة سمع بها المبحوث ؟

ج/ اذا لم نستطع معناه ان هناك خلل .

في علم الادارة يوجد نوعين من القرارات ، تقديري وتقريري :

عندما لا نستطيع الحكم ان المبحوث اجاب وفق سلوك او تجربة هذا احتمال متوقع، طريقة صياغة الاسئلة والاهداف وبناء الجداول والنتائج والاستنتاجات والتوصيات والمقترحات تختلف بين البحث الوصفي والبحث التفسيري .

وفيما يخص التوصيات يجب ان نذكر ماذا وكيف وهي ملزمة لكي يعمل بها لكنها ليست ملزمة للباحث وتكون ملزمة في حال كانت الطريقة التي خرجت

فيها الاستنتاجات صحيحة ، فاذا الاستنتاجات ليست صحيحة (استنباطها غير صحيح ، صياغتها غير صحيحة) هنا لا يحق للباحث ان يكتب توصيات ، والشيء الاخر اذا كان للباحث شك او ترك بعض الاجراءات او لم يتحقق من صحة بعض الاجراءات لا يحق له كتابة التوصيات (مثلا لم يعمل بالصدق والثبات او الخطا في العينة) لا يحق له كتابة التوصيات ايضا . وفي بحوث الجمهور اذا لم تتيقن من صدق اجابات الجمهور لا يحق لك كتابة النتائج .

تم الكتاب بعون الله